

Andrei Hasna

Secretul Afacerilor Pe Internet Andrei Hasna

Secretul Afacerilor Pe Internet

- Cum Să Faci 1,000 De Dolari Pe Lună -

SecretulBanilor.com

Andrei Hasna

Secretul Afacerilor Pe Internet

Secretul Afacerilor Pe Internet

Andrei Hasna

ANDREI HASNA

Secretul Afacerilor Pe Internet

- De La Zero La 1,000 De Dolari Pe Lună -

www.SecretulBanilor.com



Editura StudIS
adicenter@yahoo.com
www.adicenter.eu
Iași, Șos. Ștefan cel Mare, nr.5
Tel./Fax:0232-217.754

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
HASNA, ANDREI

Secretul afacerilor pe internet / Andrei Hasna. - Iași : StudIS, 2010
Bibliogr.
ISBN 978-606-8242-14-9

811.111

Pre-press, tipar digital și finisare
SC ADI CENTER SRL
Șos. Ștefan cel Mare, nr. 5
Tel. : 0232.217.754
www.adicenter.eu



Copyright © 2010

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate autorilor

Conținutul este Copyright 2010 Andrei Hasna. Toate drepturile rezervate.

Această carte este protejată de lege.

Nici o parte a acestui document nu poate fi reprodusă sau transmisă sub orice formă, prin orice mijloace (electronice, e-mail, fotocopiere, înregistrare ș.a.) fără permisiunea prealabilă a autorului Andrei Hasna.

Informațiile din această carte sunt opinii ale autorului și sunt cu scop informativ și educațional.

Autorul nu este responsabil pentru rezultatele sau efectele secundare rezultate în urma aplicării acestor sfaturi.

Cuprins

Despre autor:	6
Despre carte:	8
Despre Afacerile Online	11
Tipuri de afaceri online.....	20
CAPITOLUL I:	24
CUM SĂ-ȚI ALEGI PROPRIA AFACERE ONLINE	24
Ce înseamnă un site de nișă?	25
Cum să-ți alegi nișa?	27
Cum poți să afli câte căutări are nișa ta?.....	29
Cum alegi produsul pentru nișă?.....	36
CAPITOLUL II:	41
CUM SĂ FACI BANI DIN ANUNȚURI	41
Despre sistemul Pay-Per-Click	42
Cum să faci bani din Google AdSense.....	43
Cum te înscrii în AdSense?.....	48
Care este politica Google și de ce te-ar interesa?	50
Cum pot să câștig cât mai mulți bani din AdSense?	52
Cum să folosești culorile pentru a-ți mări veniturile?	64
Cum să-ți mărești rata de clickuri (CTR-ul)?	68
Google AdSense – Recomandări esențiale	73
Alte sisteme PayPerClick – cum să-ți dublezi venitul	75

CAPITOLUL III:	77
CUM SĂ FACI BANI DIN PROPRIUL PRODUS	77
Ce este un produs electronic?	78
Cum poți să-ți creezi propriul produs?	84
2. Cum să creezi un produs video?	86
Ce este rata de conversie?	89
Ce este un newsletter și la ce te ajută?	91
Cum să-ți construiești o listă	95
Cum să faci rost de abonați?	100
Cum să-ți mărești veniturile din newsletter?	115
Cum să scrii o scrisoare de vânzare (sales letter)	128
CAPITOLUL IV:	139
CUM SĂ FACI BANI DIN PRODUSELE ALTORA	139
Cum să câștigi bani prin afiliere?	140
Cum să faci bani prin afiliere?	141
Cum să-ți selectezi nișa	147
CAPITOLUL V:	152
CUM SĂ FACI BANI DIN REȚELELE CPA	152
Ce înseamnă CPA?	153
Tipurile de oferte ale rețelilor CPA	154
Cum poți să fii acceptat într-o rețea CPA?	156
CAPITOLUL VI:	163

CUM SĂ-ȚI FACI PROPRIUL SITE	163
Pe scurt despre siteuri și bloguri	164
Cum să-ți alegi numele domeniului	172
Cum să-ți alegi serviciul de hosting?	180
Cum să instalezi Wordpres	184
CAPITOLUL VII:	191
CUM SĂ ADUCI TRAFIC PE SITE	191
De unde poți să aduci trafic pe site?	192
Ce este Twitter și ce poate face?	193
Cum să aduci trafic cu Google AdWords	200
Cum să vezi câți vizitatori ai pe site?	209
Cum îți alegi tipul de afacere online?	214
Resurse gratuite	217
Softuri necesare	219
Cuvânt final	221
Cum poți să mă contactezi?	222

Despre autor:

Am crescut la țară. De mic copil mă uitam la alții cum își trăiesc viața și cheltuie o grămadă de bani, iar eu nu puteam să fac asta.

Nervos pe situația în care eram, **mi-am jurat să fac bani pentru a trăi cum vreau eu, fără să depind de nimeni.**

Când m-am mutat la oraș am descoperit internetul, apoi oportunități de a face bani online. Și le-am încercat pe toate. Sisteme PayPerClick, PaidToClick, afilieri, vânzări de produse, surveyuri, cam tot ce e de încercat.

Am lucrat și pentru alții care în timp mi-au devenit mentori. Un lucru e sigur, oricât de mult ar zice cineva că nu e bine să ai un șef, nu are dreptate. E chiar foarte ok să lucrezi pentru o persoană de la care ai ce învăța. Asta am făcut eu. Vreau să-ți povestesc un lucru ce mi-a schimbat aproape în totalitate gândirea despre marketingul online și succesul în viață.

Într-o seară, când tocmai îi terminasem proiectul unui om de afaceri, ne-am pus la povești. Așa cum făceam noi deseori după ce lucrurile erau în ordine. Cum mie nu îmi place să ezit atunci când simt că trebuie să-i spun ceva unui om, i-am reproșat tipului că plătește prea puțin pentru munca efectuată și vrea prea mult.

Apoi i-am zis că mie îmi place să fac doar anumite lucruri și dacă ceva nu îmi convine, atunci nu fac. M-a lăsat să vorbesc vreo două minute singur.

Două minute în care i-am spus tot ce aveam pe suflet și i-am amintit ca de acum încolo o să-i fac doar proiectele care îmi plac. A urmat o tăcere de câteva secunde, în care mă așteptam să fie de acord cu tot ce zisesem.

A continuat scurt: „Andrei. Un bărbat trebuie să facă exact ceea ce are de făcut”. N-am înțeles pe moment.

Și nici el nu mi-a oferit o altă explicație. Oare ce o fi vrut să zică? Mi-am repetat asta în gând vreo 2-3 zile. Aveam să îmi dau **seama** mai târziu.

Dacă îți dorești să ai succes, nu contează că e vorba **de bani**, femei, cerșit sau vândut brazi de Crăciun... dacă întradevăr îți dorești să ai succes, atunci vor exista și lucruri pe care va **trebui să** le faci, pentru ca mai târziu să poți face tot ce ai visat.

Așadar, te invit să pășești alături de mine spre descoperirea secretelor succesului pe internet...

Despre carte:

După mai bine de patru ani în care am studiat afacerile online, mi-am spus că în sfârșit e timpul să îți dezvalui cum stă treaba cu businessul pe internet.

Ceea ce vei descoperi în rândurile din carte reprezintă secretele maestrilor în marketingul online și totodată cele mai profitabile metode de a câștiga bani. Iată ce spun și alte persoane despre Secretul Afacerilor Pe Internet:



"Trebuie să recunosc că am fost surprins într-un mod foarte plăcut citind această carte, zic eu unică în România.

Ținând cont că și eu operez în domeniul marketingului online am citit și citesc foarte multe cărți din această industrie așa că am putut să fac o comparație, iar rezultatul e că această carte ajunge la nivelul celor străine.

Este scrisă într-un limbaj non-tehnic și conversațional. Este foarte ușor de înțeles și pentru începătorii care nu sunt familiarizați cu termenii de marketing. Îmi place faptul că nu vrei să vinzi iluzii ca mulți alții, ci prezinți industria marketingului online într-un mod realist.

Pot să recomand cartea pentru toți cei care vor să știe mai multe despre afacerile online reale"

Emil Gocsi – Târgu Mureș, România



*"Am citit cartea lui Andrei, la început cu **scepticism**. Citisem atâtea materiale de marketing **online** încât credeam că n-am ce să descopăr nou. Ei bine, m-am înșelat. Am reușit să descopăr un **ghid complet**, bine pus la punct, explicat pertinent încât orice începător pe internet să înțeleagă despre ce e vorba.*

Dacă ai cumpărat cartea încercând să te îmbogățești subit fără să pui osul la muncă, nu te va ajuta. Dacă ești dispus însă să investești timpul pe care oricum îl pierzi stând pe net, pentru a învăța cum să faci bani, ghidul lui Andrei este cel mai bun punct de pornire."

Adrian Soare – București, România

SuccesDublu.ro



„Câștigam și câștig bani pe internet însă cartea ta m-a determinat să-mi schimb viziunea asupra afacerilor online. Sunt o grămadă de lucruri de care habar nu aveam. Ai reușit să cuprinzi toate capitolele unei afaceri online în cartea ta și le-ai explicat foarte bine. Nu-mi rămâne decât să le pun în aplicare. Sunt 100% sigur că voi câștiga de trei ori mai mult."

Emanuel Tișe – Cluj-Napoca, România

Gta.Jucatori.Net



„Am început cartea și îmi place foarte mult. Îmi place că dai exemple pentru toată lumea și nume de siteuri. De asemenea îmi place că dai exemple desenate.

Sunt lucruri pe care le știam cât de cât, dar nu le înțelegeam. După ce am început să citesc și să văd exemplele, știu ce am de făcut.”

Daniel Galateanu – Cadiz, Spania

www.Auto-Coches.com



„Am intrat în posesia cărții undeva în jurul orei 23. Mi-am zis să arunc o privire pe conținut să văd despre ce e vorba. Acum când îți scriu acest mesaj este aproape 5 dimineața.

Eu sunt programator web și fac siteuri de 4 ani pentru alții. Cartea ta m-a făcut să spun STOP.

Mă voi **apuca** de construcția propriei mele afaceri online. Pentru că am un ghid extraordinar scris de un om extraordinar”

- Sergiu Hrisu – Iași, România
Toppp.ro

Despre Afacerile Online

O să fiu sincer cu tine. Nu toți cei care se apucă să facă bani online, vor reuși. O afacere online nu înseamnă bani ce cresc pe garduri sau conturi cu milioane de dolari răsărite peste noapte. O afacere online e mai mult decât atât. Necesită devotament, muncă, ambiție, cunoaștere, eșecuri și iar muncă.

E practic la fel ca o afacere offline. Azi poți să fii sus, mâine ești jos măturând praful de la căzătura suferită. Uită de toți deșteptii care contra unor sume ce depășesc salariul minim pe economie, îți promit să te învețe în două ore cum să te transformi în următorul Bill Gates.

Nu există așa ceva. Dacă ar fi existat, fii sigur că acum mă găseai pe o plajă în Hawaii, înconjurat de trei prințese și cu nimic pe cap, nu scriind această carte.

Cu toate astea, lucrurile pe care urmează să le descoperi reprezintă toate lecțiile mele învățate de-a lungul a patru ani de experiență. Așadar, ai găsit varianta cea mai scurtă spre cei 1,000 de dolari.

Înainte de a trece la categorisirea afacerilor online, trebuie să știi câteva credințe greșite despre succesul online și cum poți să le „corectezi”:

1. Odată începută o afacere pe internet, îți va aduce imediat bani

Au fost zile în care munceam ca orbul la siteuri de care nu eram sigur dacă o să-mi aducă profit sau nu. Pierd și acum ore, chiar zile dezvoltând proiecte din care nu am scos niciun ban încă.

Dar asta nu înseamnă că nu vor veni. Înainte de a începe o afacere, trebuie să analizezi piața, să faci un research. Altfel riști să îți iei țeapă.

Cea mai mare greșală pe care o poți face e să crezi că afacerea ta îți va aduce bani imediat după ce ai terminat lucrul la site sau blog. Sunt mult mai multe lucruri de pus la punct.

Dacă nu ai o promovare foarte bună și un sistem bine pus la punct, atunci șansele să o dai în bară cresc foarte mult.

Aș putea acum să-ți spun povești despre zâne și basme în care bloggerii câștigă mii de dolari pe zi din ceea ce scriu. Dar nici nu îți imaginezi cât de multă muncă e necesară pentru a pune bazele unei astfel de afaceri.

Nu totul se face peste noapte. Până și lumea a fost creată în șase zile, nu în două ore.

Banii nu se câștigă cât ai zice „blogul meu”. Răbdare, concentrare pe ceea ce vrei să obții și încredere că vei reuși.

2. Dacă vecinul câștigă o avere din siteul lui despre mașini, atunci pot și eu, chiar dacă nu mă pricep la mașini

Omul s-a născut cu ideea că poate face orice. Și asta e bine. Unde nu sunt limite apare dezvoltarea personală. Evoluția. Dar nu mă lua cu vrăjeli de genul „băi, vecinul meu are un site super în care dă sfaturi lumii cum să-și întrețină mașina, care ar fi cele mai bune modele etc. Dacă el reușește să câștige o grămadă de bani din asta, și eu pot. Pe internet există o grămadă de informație despre mașini. Trebuie doar să cercetez și să schimb conținutul în felul meu.”

În primul rând nu toată lumea se pricepe la orice. Și asta e iarăși bine. Pentru că apare diversitatea. Iar vizitatorii tăi își vor da seama în scurt timp că ceea ce le oferi tu nu e așa de bun pe cât credeau la început.

Apoi, gândește-te la miile de alte siteuri de acest gen. Orice scrii tu, cel care nu te pricepi în domeniu, vor putea scrie mai bine cei 999 de competitori care se pricep.

Așa că ai grijă ce domeniu îți alegi. Dacă tot nu vrei să renunți și ți se pare o idee bună ce ar putea fi dezvoltată, atunci mergi mai departe. Dar nu așa, nu singur. Caută un om priceput în domeniul respectiv, care să te ajute. Îți va fi mult, mult mai ușor.

3. Tot ce e nevoie e să ai un site și conținut apoi o să vină utilizatorii și banii

Utilizatorii vin doar dacă ai o metodă de promovare bună. Banii vin în funcție de ceea ce vinzi și foarte important, CUM vinzi.

Dacă ai creat siteul doar pentru conținut, atunci probabil că vei vrea să câștigi bani din programe de genul AdSense sau afiliere. Pentru ca să se întâmple asta, trebuie să studiezi programul oferit de Google.

Să vezi care e cea mai bună metodă de amplasare a reclamelor, cine va da click și cine nu, cum trebuie să fie integrate acestea în conținut etc.

Dacă în schimb siteul tău vinde un produs anume, atunci va trebui să te concentrezi pe psihologia umană. Pentru că dincolo de statistici, dincolo de toate acele cifre de marketing, cei ce cumpără sunt oamenii. Cunoaște-i și vei fi un om bogat.

Află cum trebuie să-ți promovezi produsul astfel încât să atragă multă lume, care sunt cele mai bune metode de a scrie o pagină de vânzare.

Vezi? Nu e chiar așa de ușor. Aș putea sta să filozofez pe tema asta zile întregi, dar nu are rost. Pentru că aici nu vorbim despre bani, ci vrem să-i facem.

4. Nu trebuie să muncești mult pentru a câștiga bani pe internet

Se leagă de toate punctele din acest articol. Vrei bani? Atunci muncește! Nu. Nu ca robul. Nu fără să ai o direcție. Fără să știi exact ceea ce vrei. Banii nu se fac nici greu, nici ușor. Ci se fac cu cap.

Erau zile întregi când nu ieșeam afară doar pentru a adăuga o pagină, două de conținut siteului meu. Sau nopți nedormite pentru a studia câteva strategii de marketing.

Ok, probabil te-ai speriat. Nu e chiar așa de greu. E mai mult pasiune și motivație. Dacă înveți cum să-ți administrezi timpul, atunci poți câștiga lejer 2-300 de \$ pe lună din siteul tău, muncind chiar și maxim o oră pe zi.

Dar asta nicidecum la început. Atunci când afacerea începe să prindă contur, atunci va trebui să ai o motivație de a continua, mai mare ca niciodată.

Altfel o să crezi că totul e în zadar și cel mai probabil te vei apuca de un alt proiect, care va eșua la rândul lui.

5. Ceea ce funcționează pentru alți oameni, funcționează și pentru mine

În ultima vreme văd tot mai multe siteuri care promovează metode de a face bani pe internet. Sute, mii,

chiar milioane de dolari promiși. Da. Și foarte mult timp pierdut în încercarea de a găsi secretul succesului online.

De câte ori să îți spun? Nu există așa ceva. Dacă cineva ar fi inventat o baghetă fermecată cu care să fac bani pe internet, probabil nu mai făceam niciun site și mă jucam cu bățul în fiecare zi.

Așadar, ceea ce merge pentru altul, nu e neapărat necesar să meargă și pentru tine. Știi care e calitatea ce face cunoscut internetul așa de mult? Schimbarea. Tot ce în clipa asta e nou, în următoarea devine vechi.

Așa că nu te aștepta ca o metodă ce a mers pentru un individ acum 3 ani, să funcționeze și pentru tine acum. Da, normal, e foarte posibil să nu fie adevărat ceea ce spun. Sunt destule principii ale „succesului online” care au funcționat în trecut și care funcționează și acum.

Dar asta nu înseamnă că trebuie să te iei după toți cei ce îți promit marea cu sarea.

Tot ce vreau eu să spun la acest punct este că foarte multă informație ce apare pe internet este doar marketing. Făcută pentru a vinde. Ei sunt cei cărora nu le pasă dacă tu vei învăța sau nu tainele marketingului online. Ei vor doar ca tu să le cumperi produsele. Nimic mai mult, nimic mai puțin.

6. Făcând ceea ce îți place, vei câștiga o grămadă de bani

Și asta a fost o lecție pe care greu am învățat-o. Dacă ai participat vreodată la un seminar cu tema „Dezvoltarea personala” ai văzut că printre alte lucruri, te îndeamnă să faci ceea ce îți place și vei fi fericit.

Nu mă înțelege greșit. Și eu sunt adeptul „faci ceea ce îți place pentru că e viața ta, pe toată durata contractului semnat cu Creatorul tău”.

Dar să-ți pun o întrebare: dacă mie îmi place doar să lenevesc? Atunci voi fi fericit? Sau eu nu am chef să fac optimizarea pentru un site, fiindcă știu doar să scriu articole și aia imi place să fac.

Nu. Nu asta e atitudinea. Și sunt sigur că majoritatea celor care au auzit despre dezvoltarea personală și despre ideea „faci ce-ți place, ești fericit”, au înțeles-o greșit.

Câteodată trebuie să facem ceea ce nu ne place, doar pentru ca mai târziu să putem culege roadele muncii noastre.

Uram și eu momentele în care stăteam până târziu noaptea la calculator, sau când mă sunau clienții că nu le convine nu știu ce. Și de multe ori nu înțelegeam de ce e nevoie de atâta muncă, învățare... fiindcă oricum nu câștigam nimic.

Dar am înțeles mai târziu, când umblam pe stradă cu sutele de RON în portofel, fără să mă mai întreb „oare îmi permit asta?” sau „am destui bani la mine?”.

Și da, e o senzație al naibii de frumoasă atunci când știi că munca ta se vede în sfârșit.

De cele mai multe ori merită să faci ceea ce nu îți place, doar ca mai târziu să faci ce ai tu chef.

Însă după cum știi, ciclul continuă. Așa cum ai câștigat acești bani, așa va trebui să muncești pentru a câștiga alți bani. Secretul constă în a-ți dori tot timpul mai mult și a delega cât mai multe din lucrurile pe care trebuie să le faci, altora.

7. Dacă siteul nu merge bine acum, nu va merge nici peste două luni, sau un an

Trebuie să înțelegi că totul depinde de tine. De modul în care îl administrezi, de modul în care ai pregătită strategia. Cum ziceam, pe internet foarte multe lucruri se schimbă de la o zi la alta. Poți folosi asta în avantajul tău, sau poți să te ascunzi ca un copil după fusta mamei, spunând „eu nu pot avea succes pe internet”.

Nu spun că trebuie să lucrezi un an de zile la un site, chiar dacă nu îți aduce profit. Când ceva nu merge, atunci schimbă. Vezi ce ai făcut greșit. Poate e din cauza structurii, poate a conținutului, poate a promovării. Tot succesul stă la mâna testării.

Desigur, oricând poți să alegi greșit nișa. Să fie prea multă ofertă și prea puțină cerere. Aici nu prea ai ce face prietenul meu, pentru că înainte de a începe orice afacere

online, trebuie să faci un research amplu astfel încât să știi sigur că e posibil să-ți iasă noua ta afacere online.

La acest punct e valabilă și reciproca: „dacă siteul meu merge bine, va merge la fel și în viitor”. Da, așa e, dar cu o singură condiție: să te adaptezi la toate schimbările ce se produc zi de zi. Altfel ești mort.

Tot timpul se va găsi cineva care să ofere servicii mai bune decât oferi tu. În schimb, dacă îți updatezi siteul regulat, te modelezi după schimbări și oferi lucruri noi și inovatoare, atunci ai toate șansele să câștigi bani mulți.

8. Eu știu mai bine ce vor vizitatorii mei

Da? Atunci poți să ghicești te rog ce vreau eu când intru pe siteul tău? Să fie oare produsul pe care îl oferi? Să fie oare articolul pe care l-ai scris ultima dată? Poate că nu. Poate că eu tocmai te-am găsit în Google după cuvântul cheie „pescuit”, când tu pe siteul tău vinzi mașini.

Ai grijă pentru ce optimizezi siteul și care sunt vizitatorii tăi. Mai bine le oferi ceea ce vor decât să îi faci pe ei să-și dorească ceea ce oferi tu.

Apoi, chiar dacă oamenii care vin la tine pe site sunt interesați de ceea ce vinzi, tot timpul află mai multe despre ei. Despre dorințele lor. Află și îndeplinește-le.

Să crezi că produsul tău reprezintă exact ce oamenii vor e poate una din cele mai mari greșeli pe care le poți face.

9. Tot ce vreau de la siteul meu, e să câștig bani

Să fim serioși. De când vine omul pe siteul tău doar pentru ca să-ți facă ție profit? Există o vorbă mare în lumea asta „primești ceea ce oferi”. Dacă oferi valoare, atunci exact asta vei primi în schimb.

Când ai făcut siteul te-ai gândit la tine, să câștigi bani, nu? Nu zic că nu ai făcut bine. Dar e o greșală să uiți de vizitatori. Ei sunt cei de care depinde câți bani îți vor intra în buzunar.

Ok, acum că ți-am spus toate astea, e timpul să trecem la categorisirea afacerilor online și a capitolelor pe care am să ți le prezint în carte. Da, sunt foarte multe lucruri din care se poate câștiga bani pe internet. Mai greu sau mai ușor. În această carte o să vorbesc despre cele patru mari categorii: vânzarea de reclamă, vânzarea de produse proprii, vânzarea de produse prin afiliere, rețelele Cost-Per-Action.

Așadar...

I. Site-uri ce câștigă bani din vânzarea de reclamă (sau publicitate)

Uite de exemplu siteurile de știri. Mai nou de îndată ce intri pe ele te bombardează cu tot felul de reclame și publicitate de îți vine să intri în monitor și să-i bați pe autorii siteului.

Ideea de a face bani din vânzarea de reclame e simplă. Construiești siteul, pui conținutul, aduci traficul (oamenii – vizitatorii), adaugi reclamele, apoi aștepti ca aceștia să dea click iar tu în cele din urmă să încasezi „paraii”.

Însă în realitate nu e totul așa de ușor pe cum pare. Trebuie să știi exact ce domeniu îți alegi, trebuie să cunoști ce fel de oameni intră pe siteul tău, cât de mulți și mai important – ce îi face pe ei să dea click pe reclamele tale. Despre asta voi vorbi mai târziu, într-un capitol special dedicat acestui tip de siteuri.

Acum probabil te întrebi de unde vin acele reclame și cine îți dă banii. Toate astea, în capitolul „Cum să câștigi bani din anunțuri”.

II. Site-uri ce câștigă bani din vânzarea de produse proprii

Atenție: nu mă refer la siteurile e-commerce. Magazinele online. Ci la așa numitele „sales letter sites”. Probabil ai observat multe pagini ce îți povestesc despre un anume produs (de obicei o carte digitală) și încearcă să te convingă să-l cumperi. Ei bine, acele așa-numite pagini de vânzare sunt puse acolo pentru a-i aduce autorului profit.

Aici e o întreagă poveste. Siteul, sau mai bine zis **pagina**, pe care ai văzut-o, seamănă cu un site **obișnuit**, numai că nu are meniuri de navigare, sidebar sau alte lucruri ce ar putea atrage atenția unui potențial cumpărător.

De asemenea nu conține nici reclame sau alte minuni ce l-ar face pe acesta să plece cât mai repede de pe site. Totul despre acest gen de afacere online în capitolul „Cum să faci bani cu propriul produs”.

III. Site-uri ce câștigă bani din vânzarea de produse prin afiliere

Când oamenii nu au timp sau chef să-și creeze produse proprii, se afiliază. Afilierea asta constă în a vine un produs ce nu îți aparține și a primi un comision pentru asta.

Sistemul este aproape același ca și la un site ce vine produs propriu. Însă aici ai posibilitatea de a oferi vizitatorilor tăi mai multe produse din care să-și aleagă.

E o întreagă strategie, despre care vom discuta în capitolul special dedicat acestei categorii de siteuri.

IV. Rețelele Cost-Per-Action

Probabil ai auzit și de ele. Sunt anumite siteuri care îți dau un comision atunci când vizitatorii tăi iau o acțiune: completează un formular online pentru acel site, își introduc adresa de e-mail, cumpără un produs etc.

Și acestea sunt o sursă destul de importantă de venit, așa că mi-am permis să vorbesc despre ele într-un capitol special.

Acum că ți-am spus câteva lucruri despre afacerile online, e timpul să lași cafeaua deoparte și să mă asculți cu atenție. Probabil ai mai auzit asta, ți-am repetat și eu de atâtea ori: banii nu vin peste noapte.

Pentru a avea succes întradevăr pe net, trebuie să parcurgi fiecare capitol, fiecare propoziție din această carte.

Indiferent că ești începător sau avansat, e bine să-ți arunci privirea și peste primele capitole.

Nu se știe niciodată câte lucruri esențiale de care ai uitat, îți sar în ochi.

CAPITOLUL I:

CUM SĂ-ȚI ALEGI PROPRIA AFACERE ONLINE

În acest capitol:

- ✓ De ce – indiferent că ești începător sau expert în afacerile pe internet – te afli efectiv la doar câteva ore distanță de a descoperi cel mai profitabil domeniu în care îți poți începe propria afacere online...
- ✓ Cea mai simplă și ușoară metodă de a descoperi o nișă profitabilă, chiar dacă nu ai idee nimic despre domeniul respectiv...
- ✓ Cum să afli dacă pasiunea ta îți poate aduce 1,000 de dolari pe lună din internet și cum să o exploatezi la maxim...
- ✓ Și multe multe altele...

Ce înseamnă un site de nișă?

Pe scurt, un site de nișă înseamnă un site unde există cât mai multă cerere și cât mai puțină ofertă. Un site pe care poți să îl duci cât mai ușor în top și de unde scoți cât mai mult profit. Asta teoretic vorbind.

Indiferent că e vorba de un site ce câștigă bani din vânzarea de reclamă, produse sau unul pe care promovezi alte produse, alegerea unei afaceri online necesită un studiu al pieței mai întâi.

Foarte multă lume îți va spune să eviți domeniile cu mulți competitori, pentru că e foarte greu de ajuns în top. Ce-i drept, aceștia au pe jumătate dreptate. Pentru că obiectivul tău nu trebuie să fie cel de a domina toată competiția.

Până la urmă ar fi ceva prostesc și extrem de greu de făcut. Decât dacă ai un sac de bani de dat pe publicitate, pe care voi presupune că nu-i ai.

Ceea ce trebuie să cauți tu este o sub-nișă din acel domeniu. Ceva care beneficiază de un trafic cât de cât decent, dar nu are o grămadă de competitori.

O greșeală a micilor noștri comercianți online este cea de a găsi produsul pe care vor să-l promoveze sau domeniul în care vor să-și înceapă afacerea, apoi să facă un „keyword research” (o

căutare pentru cuvintele cheie din acel domeniu și pentru a afla care este competiția și care sunt căutările).

Eu prefer invers. Mai întâi caut domeniul potrivit făcând acel keyword research, apoi fac produsul sau încep lucrul la site.

Foarte mulți o dau în bară când vine vorba de a găsi nișa potrivită. Și totuși, își pierd vremea pe nișe care nu au nicio valoare pe piață.

Rezervându-ți câteva ore pentru a căuta domeniul potrivit, poate face diferența dintre profit și pierdere. Află ce vor oamenii și oferă-le asta!

Cum să-ți alegi nișa?

Când vine vorba de a face bani online, acesta este capitolul cu cea mai mare importanță și de asemenea cel la care 90% din oamenii doritori de succes pe net, o dau în bară.

Oamenii se grăbesc așa de tare să-și înceapă propria afacere, încât uită aproape complet de această parte. Și mai grav este că realizează asta doar după ce și-au petrecut zeci sau poate chiar sute de ore încercând să realizeze de ce nu fac niciun ban. Apoi renunță.

Cheia e să urmezi o serie de pași și să nu cazi în această capcană de a sări peste capitolul alegerii unei nișe. Asta îți va da un avantaj pe care 90% dintre cei ce și-au început o afacere online nu îl au.

Așadar, să începem...

Alege o nișă sau un topic de care ești interesat. Poate să fie un domeniu mai larg sau mai îngust. După cum dorești. Când spun larg mă refer de exemplu la „filme” sau îngust la „filme de comedie”. Cred că ai prins ideea.

De ce un domeniu de care ești interesat? Pentru ca să te țină mai motivat pe parcurs.

Va urma să faci un research, să-ți creezi propriul web site și să adaugi conținut în legătură cu acest topic, iar dacă e ceva de care nu prea ești interesat, nu vei face asta pentru prea mult timp.

Acest lucru este de asemenea și o oportunitate de a face un brainstorming și a găsi cele mai bune sub-categorii din nișa aleasă. Sau toate produsele și serviciile legate de aceasta.

După cum ziceam... restrânge domeniul, pentru a găsi o **micro-nișă** din domeniul ales.

Dacă ai ales un termen cum e „filme” atunci va trebui să restrângi căutarea.

Asta se întâmplă deoarece trebuie să găsim o micro-nișă care e destul de mică încât să o dominăm, însă are mult potențial și poate atrage destui cumpărători sau vizitatori pe site. Depinde ce vrei să faci cu siteul.

Trebuie să creezi un echilibru între a avea destui oameni interesați de serviciile din nișa respectivă și faptul că aceasta este de fapt o micro-nișă, astfel încât să o poți domina destul de ușor.

Așadar, pe scurt, e chiar super simplu. Necesită doi pași:

1. Găsește o micro-nișă

2. Asigură-te că e profitabilă

Odată ce ai ales piața pe care vrei să te lansezi, trebuie să te asiguri de două lucruri:

1. Există oameni care cumpără produse sau sunt interesați de anumite servicii din micro-nișa respectivă.

2. Nișa este destul de mică încât să o poți domina.

Dacă vrei să îți faci un site pe care vei vinde sau promova un produs pe o nișă anume, având oameni care caută produsul respectiv online și îl cumpără offline nu e prea bine pentru tine. Ai nevoie de oameni care caută pentru produse online și le cumpără la fel.

Cum poți să afli câte căutări are nișa ta?

Simplu, folosești Google Keyword Tool.

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Buun.. hai să găsim nișa perfectă. O să iau un domeniu vast pentru început, cum ar fi „muzică”. Observi în imaginea de mai jos că am selectat ca și limbă de bază, limba română. E esențial să faci asta, dacă vrei să cauți o nișă de pe piața din România.

Results are tailored to the languages and countries you choose below

How would you like to generate keyword ideas?

Enter one keyword or phrase per line

Choose columns to display

Keywords	Advertiser Competition	Local Search Volume: December	Global Monthly Search Volume	Search Type
Keywords related to term(s) entered				
muzica	High	5,000,000	4,090,000	Broad
muzica download	High	672,000	453,000	Broad
muzica noua	High	Not enough data	450,000	Broad
muzica populara	High	301,000	301,000	Broad
muzica gratis	High	291,000	201,000	Broad
muzica romaneasca	High	90,500	201,000	Broad
top muzica	High	Not enough data	165,000	Broad

Apoi am scris keywordul în căsuța din dreapta, iar mai jos codul de verificare generat automat de google pentru a nu crede că sunt bot ce face spam.

Google oferă de asemenea sinonime pentru cuvântul căutat. Ceea ce e foarte bine, ne va ajuta să găsim cât mai repede micro-nișa dorită.

După cum observi, „muzica” are peste 4 milioane de căutări lunare.

Ceea ce este foarte bine. Însă, din păcate piața e plină și dacă vrei să te bagi, atunci e mai bine să o faci pe un sub-domeniu.

Care sunt criteriile după care trebuie să te iei?

În primul rând **numărul de căutări globale lunare**. Acestea trebuie să fie cât mai multe. Eu prima dată când caut o nișă, ordonez căutarea după asta.

Apoi **competiția de advertiseri**. Aceștia nu trebuie să fie nici prea mulți, nici prea puțini.

Dacă sunt prea mulți înseamnă că nișa e mai greu de dominat, dacă sunt prea puțini poate însemna ori că ai dat peste o mină de aur, ori că acel domeniu nu se prea monetizează, de aceea nu s-a băgat nimeni. Cel mai probabil a doua variantă.

Cât plătește un advertiser pe click – e un criteriu important după care mă uit. Interesul meu este să plătească foarte mult, cât mai

mult. Asta mă va ajuta, mai ales dacă vreau să câștig bani din AdSense. Și nu numai, deoarece aici îți dai seama cât de bine se monetizează nișa respectivă.

Iar în final, numărul de rezultate în Google e foarte important. Degeaba ai 40 de mii de căutări lunare pentru un domeniu dacă atunci când cauți în Google există peste 10 milioane de rezultate. Asta înseamnă că va trebui să te lupți cu toate acele pagini pentru a ajunge în top.

Ok, hai să continuăm cu exemplul de mai sus pentru a înțelege mai bine.

muzica petrecere	\$0.06		Not enough data	110 000	Ad
muzica 2008	\$0.06		Not enough data	90 500	Ad
muzica trestina	\$0.54		49.500	80 500	Ad
muzica free	\$0.05		Not enough data	90 500	Ad
muzica 10	\$0.55		49.500	90 500	Ad

Am dat scroll mai jos și am analizat mai atent toate keywordurile. La început am fost tentat să iau în considerare alte keyworduri.

Aveam „muzica arabeasca” la 49 de mii de căutări lunare și doar aproximativ 80 de mii de rezultate în Google. Iar la competitori era Mediu.

Însă, uitându-mă puțin mai bine la plata-per-click, am observat că nu se monetizează prea bine.

Ce-i drept, în România de obicei nu se monetizează prea bine Google AdSense. Asta e bine de știut, înainte de a decide pe care

piață să te lansezi. Despre asta o să discut un pic mai pe larg la sfârșitul cărții.

Acum, hai să vedem ce am putea alege din acea listă. Chiar în mijloc avem „muzica creștină” cu 90500 de căutări, competitori High, iar la plata per click 0.54 de dolari.

Asta pare să fie destul de bine, înseamnă că există competiție.

Acum, un salt rapid pe google, să vedem ce zice despre numărul de rezultate.



Ok, 449 de mii de rezultate pentru acest cuvânt cheie. Judecând la rece, intradevăr este un pic mult, însă e mult mai bine decât 2-3 milioane. Cu un site destul de bine optimizat ai șanse să ajungi pe prima pagină.

Odată ce îți analizezi competiția, trebuie să-ți pui o singură întrebare:

Ce vor acei vizitatori și de ce au intrat pe siteurile concurente?

Mai întâi împarte-i pe grupuri de interese.

Folosește Google Trends pentru a-i pune pe grupuri demografice.

<http://www.google.com/trends>

Studiind Google Trends am aflat că majoritatea celor ce caută „muzica creștină” sunt din România, iar topul orașelor este Zalău, Bistrița și Arad.

Coincidența face să îi dau dreptate Googleului când vine vorba de Zalău. Am fost acolo și oamenii chiar mi s-au părut destul de credincioși.

Acum, să izolăm grupurile.

Să zicem că având siteul optimizat pentru cuvântul cheie „muzica creștină” ne vom axa pe următoarele grupuri:

Grupul #1 – Fanaticii sau cei care cred foarte mult în divinitate și ascultă doar muzică creștină

Grupul #2 – Curioșii sau cei ce intră pe site doar din pură curiozitate pentru a vedea despre ce e vorba

Grupul #3 – Oamenii bisericii – asta îi include pe toți cei ce cred în divinitate și le place să asculte muzică creștină din când în când, însă nu sunt fanatici.

Desigur, cele trei grupuri au fost scrise doar ca să-ți dau un exemplu. În realitate e mult mai mult decât atât. Uneori trebuie să petreci ore sau chiar zile pentru a defini cât mai bine grupurile de interese de pe un site.

Apoi, trebuie să iei fiecare grup în parte și să-l studiezi mai îndeaproape, punându-ți următoarele întrebări:

De unde vin vizitatorii pentru acest grup?

Care sunt nevoile lor? Ce ar vrea să descopere pe site având în vedere că fac parte din categoria X de oameni și au Y interese?

Ce ar putea să-i facă să stea mai mult pe site?

Ce le place și ce nu le place în legătură cu muzica creștină?

De ce au ales acest site?

Practic trebuie să creezi un Avatar. Un profil uman al celui ce intră pe site:

El este George și are X ani.

Îi place să asculte muzică creștină deoarece este membru al Y.

Preferințele lui în materie de muzică creștină sunt: A, B, C.

Urăște cel mai mult să facă Z. Etc etc.

De ce e important să faci asta?

Deoarece atunci când faci un site pentru a câștiga bani, îl faci pentru cei ce intră pe el nu pentru tine. Iar dacă nu le oferi oamenilor ceea ce vor, o să plece așa de rapid de pe siteul tău încât nici nu vei apuca să strigi „criză”.

Acum, după ce am determinat profilul fiecărui grup de interese e timpul să vedem cam cât de ușor ar fi să optimizăm siteul pentru cuvântul cheie „muzica creștină”.

Asta poți să afli folosind acest link:

<http://www.seologs.com/keyword-difficulty.html>

Introduci cuvântul cheie în acea căsuță, iar programul îți va spune cât de ușor este să ajungi în top pentru „muzica creștină”.



Cam asta a rezultat. Ceea ce este destul de bine zic eu.

Iar în finalul aceste părți, am dat din nou o căutare pe Google Keyword Tool pentru cuvântul „creștin”. Au ieșit 90 de mii de căutări lunare. Iar la Google Trends au ieșit majoritatea din Suceava.

Am făcut asta pentru a mă asigura că mai există căutători din acest domeniu, ceea ce este foarte bine, deoarece, adunați toți, o să creeze majoritatea vizitatorilor siteului.

Buun... cam astea sunt lucrurile pe care ar trebui să le faci înainte de a te gândi să construiești un site din care vrei să câștigi bani prin anunțuri publicitare (gen Google AdSense) sau vânzarea de spațiu pentru reclamă.

Însă, dacă dorești să îți faci un site pe care ai de gând să vinzi un produs, va trebui să faci un pic mai mult decât atât.

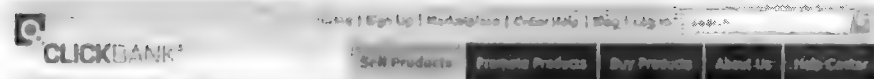
Cum alegi produsul pentru nișă?

Dacă vrei să îți alegi o nișă pentru un site pe care vrei să vinzi propriul produs sau unul prin afiliere, e nevoie să faci un research mai avansat.

Nu e de ajuns ca oamenii să caute acel cuvânt cheie în Google. E nevoie să fie anumite produse care se vând. Altfel, s-ar putea ca nișa respectivă să nu se monetizeze foarte bine, iar atunci riști să îți pierzi o grămadă de timp.

Pentru a găsi un produs de nișă, mergem la www.Clickbank.com – unul din cele mai mari siteuri de vânzare de produse din lume. Aici te poți înscrie pentru a-ți vinde propriul produs sau pentru a promova produsele altora.

Însă nu pe asta ne axăm noi acum. Momentan vrem să căutăm produsul. Bun, hai să începem.



Al treilea link de sus este Marketplace. Acolo vrem să ajungem.

<http://www.clickbank.com/advancedMarketplaceSearch.htm>

Marketplace este un loc unde zeci de mii sau poate sute de mii de produse sunt expuse.

De exemplu dacă vrei să devii afiliat și ți-e lene să mai faci propriul produs, pur și simplu intri aici și cauți produse profitabile care îți vor da anumite comisioane.

Din păcate nu vei găsi produse în limba română. **Deocamdată** sunt acceptate produse doar în engleză, franceză, spaniolă și germană.

Sfatul meu este să te axezi pe produsele în engleză.

De ce să nu creezi sau promovezi un produs în limba română? Despre asta am să discut la finalul acestui capitol.

O să îți arat cum să analizezi care produs este mai profitabil și care nu.

Primul și primul lucru este să ai în minte exact ceea ce **vrei să promovezi**. Unii oameni promovează sau crează produse **din cele** mai „tari” nișe, alții din nișele **care au o oarecare legătură** cu domeniul în care lucrează, însă îndeajuns de profitabile și acestea.

Așa cum am mai spus, e mult mai bine să alegi un domeniu **care** te interesează cât de cât. Pentru că atunci când începi să promovezi produsul sau să îl creezi, vei avea mult mai **multă** pasiune și motivație de a face asta.

Buun. Hai să facem o căutare pentru un anumit produs.

Să luăm de exemplu „dog training” dacă tot m-am uitat recent la un filmuleț despre cum să-ți dresezi propriul câțel.

Marketplace

Choose from thousands of great products to promote

Advanced Search

Enter Keywords: "dog training"

Exclude words from search:

In this Category: All categories -

Search Reset

Stats

Eu recomand să-l pui între ghilimele, pentru a obține exact căutarea după acel keyword.

Ok, acum rezultatele.

Results

Showing results 1-10 out of 85 (pg. 1 of 9)

Narrow Results by: Sort results by: Popularity

Secrets To Dog Training "Updated"
Secrets To Dog Training (aka SitStayFetch) Has Been
The No. 1 Dog Training And Behavior Site For 4
Years. "Update" You Now Earn Commissions On All
Our Products With One Hoplink. See
www.kingdomofpets.com/affiliates/ Or Email
Marketing@kingdomofpets.com.

Commission: 75%

Gravity: 52.04

Stats: \$ sale, \$11.19 Future \$ Total \$ sale, 11.19 %/sale 75.00 %/refd 8.00

Grav: 52.04 Cat: 1.00 Site: 1.00 Aff: 1.00

Ceea ce vei vedea vor fi mai multe produse din acest domeniu. Clickbank îți oferă o serie de statistici pentru a alege cel mai bun produs pe care vrei să îl promovezi. În realitate, asta te ajută și să afli care nișă e mai bună pentru a-ți crea propriul produs. Practic CB îți dă o mână de ajutor în acest sens.

Dar, de asemenea, gândește-te că atunci când tu vinzi un produs cu ajutorul Clickbank, aceștia vor câștiga și ei bani, printr-un comision pe care îl iau la fiecare vânzare.

Așadar e o situație win-win-win.

O să vezi acolo la rezultate, sub fiecare produs scriind „**Grav**”. Asta înseamnă „Gravity” și îți spune cât de bine se vinde acel produs. Ca să înțelegi mai bine statisticile, poți citi această pagină:

<http://www.clickbank.com/help/affiliate-help/affiliate-basics/finding-products-to-promote/>

Dacă nu ai foarte multă competiție înseamnă că ești norocos.

Însă nu te grăbi cu bucuria. S-ar putea ca nișa respectivă să nu se prea monetizeze bine.

De aceea e important să faci și căutarea aceea cu Google Keywords. Să vezi dacă se caută așa ceva pe Google și dacă oamenii care caută plătesc pentru așa ceva. Cum îți dai seama dacă plătesc? Uită-te la advertisers competition. Și la cât cere Googleul pe un click. Cu cât cere mai mult cu atât înseamnă că se monetizează nișa mai bine.

Acum accesează primele 10 produse de pe pagină și uită-te puțin la competiție. Uită-te la trafic, la page rank, la modul în care e făcut designul și mai ales la sales letter (pagina de vânzare – de obicei exact pagina pe care o vezi când intri pe site). Apoi, dacă siteul oferă un newsletter gratuit, înscrie-te.

Cel mai probabil odată cu newsletterul îți va acorda și un PDF gratuit din care poți să tragi mai multe concluzii când va veni vorba de crearea sau promovarea produsului respectiv.

Bun, acum că ai ales primele 10 siteuri și le-ai studiat, e timpul să treci la treabă. Oamenii de afaceri de succes sunt recunoscuți pentru viteza de implementare.

Dacă ai decis că vrei să promovezi un produs prin afiliere, atunci poți consulta capitolul **Cum să faci bani prin afiliere**. În schimb, dacă vrei să te axezi pe crearea propriului produs, aruncă privirea spre capitolul **Cum să faci bani cu propriul produs**.

Iar nu în ultimul rând, dacă ai nevoie doar de un site pentru reclamă, citește cu atenție capitolul **Cum să faci bani din reclame**.

Citește cu mare băgare de seamă și celelalte capitole. E important să încerci fiecare tip de site pentru a știi care ți se potrivește cel mai bine și din care ies banii. Așadar, **de ce să nu creezi sau promovezi un produs în limba română?** Din propria experiență îți pot spune că un produs în limba engleză se vinde mult mai bine decât unul în limba română. Și se monetizează mult mai bine.

CAPITOLUL II:

CUM SĂ FACI BANI DIN ANUNȚURI

În acest capitol:

- ✓ **Cum o schimbare "secretă" din anunțurile tale îți poate aduce de două ori mai mulți bani.** 95% dintre cei care folosesc AdSense habar nu au cât de important este acest mic detaliu. Imaginează-ți că vei putea face 30-40 de dolari în fiecare zi foarte simplu și ușor doar folosind această metodă.
- ✓ **3 pași esențiali pe care trebuie să-i urmezi dacă vrei să faci bani din Google AdSense.** Mai mult de 90% dintre cei care îl folosesc, habar nu au cât de importanți sunt acești pași.
- ✓ **Care sunt lucrurile absolut necesare pe care trebuie să le faci și care îți vor asigura locul permanent în programul AdSense.** Astfel ești în siguranță mereu și știi că afacerea ta nu este în pericol.
- ✓ **Și multe multe altele...**

Despre sistemul Pay-Per-Click

Așa cum îi spune și numele, sistemul PayPerClick înseamnă faptul că un utilizator este plătit atunci când cineva dă click pe anunțul publicat pe siteul său web.

Să zicem că ai un site din domeniul masinilor. Iar pe el te-ai decis să pui câteva anunțuri de la un anumit site de acest gen. Vei fi plătit de fiecare dată când cineva dă click pe anunțurile acelea. Cât de mult îți dă pe click depinde de mai mulți factori pe care îi vei cunoaște în rândurile următoare.

Un alt lucru despre care vreau să îți spun, este să nu confunzi sistemul PayPerClick cu PaidToClick. E o diferență.

Cel din urmă te plătește atunci când tu dai click pe anumite reclame. Practic asta trebuie să faci toată ziua. Să dai click pe anunțuri generate de un anumit site.

Ei bine, țin să îți spun că acest gen de siteuri sunt o MARE pierdere de timp. Notează-ți asta undeva să nu uiți! Dacă vrei să câștigi bani adevărați și sunt sigur de asta, atunci UITĂ DE ELE!

Sistemul PaidToClick este cea mai mare prostie pe care am văzut-o pe net de foarte multă vreme. Singurii care au ceva de câștigat sunt cei ce au creat acele siteuri. Restul au doar de pierdut. Inclusiv timp.

Ok, să revenim la PayPerClick. Așadar, din acest sistem poți câștiga o grămadă de bani, însă totul se rezumă la trafic și la modul în care amplasezi acele anunțuri pe siteul tău.

Cu cât ai mai mult trafic, cu atât mai bine. Cu cât înveți cum să faci acele anunțuri mai atrăgătoare cu atât îți vor aduce mai mulți bani. Atenție, aici nu mă refer la sume de genul 10-20 de euro pe lună. Aia sunt bani dați o noapte în club.

Ba mai mult, în tot ceea ce e scris în carte, nu vei găsi NIMIC care să te învețe să faci astfel de sume mici. Vreau să te văd că faci peste 200-300 de euro pe lună în primele 6 luni. Apoi să ajungi la ordinul miilor și chiar zecilor de mii. Asta vreau.

De ce ai alege PayPerClick? În primul rând pentru că e ușor de implementat, atâta timp cât ai un site pe care ai conținut mult și nu știi cum să câștigi bani. Foarte mulți apelează la această variantă. Apoi din propria experiență îți spun că poate să plătească destul de bine. Chiar și cu 1-2 dolari pe click. La 20 de clickuri pe zi, ți-ai scos banii de Ibiza.

Programul PayPerClick de care voi discuta în continuare se numește **Google AdSense**.

Cum să faci bani din Google AdSense

Pentru a învăța cum să faci bani din Google AdSense trebuie să-l înțelegi mai bine întâi. Ai mai jos lucrurile esențiale care mie mi-

au luat câțiva ani până am reușit să le rețin și să le implementez cu succes.

Ce este Google AdSense?

Înainte de a te înscrie în programul Google AdSense e important să afli cu cine ai de-a face. Multe din lucrurile pe care le vei învăța despre cum să câștigi bani din AdSense au o foarte mare legătură cu principiile de bază.

Dacă reușești să înțelegi de unde își ia AdSense anunțurile (sau ad-urile), cum afișează acele anunțuri pe anumite pagini Web și cum setează prețurile pentru fiecare anunț, vei putea să manipulezi Google AdSense în așa fel încât îți va aduce o grămadă de bani.

Desigur, nimeni nu știe exact cum funcționează AdSense. Acest lucru este ținut secret. Nimeni din cei care NU lucrează la acest program cunoaște întregul background al sistemului.

Și asta e logic, deoarece dacă toată lumea ar reuși să afle cum afișează Googleul cele mai bune anunțuri pe anumite siteuri ar exista o grămadă de siteuri care ar fi create doar pentru a afișa pe ele anunțuri ce generează bani cât mai mulți. Iar așa ar ieși atât Google-ul cât și advertiserii (cei ce plătesc pentru ca acele anunțuri să le fie afișate) în pierdere.

În primul și primul rând AdSense este un program înființat de Google care afișează anunțuri pe alte siteuri. Vei vedea că atunci

când te înscrii în sistem, ești de acord cu anunțurile pe care Google le afișează pe siteul tău, astfel primind câte o sumă de bani de fiecare dată când cineva dă click pe ele.

Anunțurile respective provin de la un alt program, tot înființat de Google, denumit AdWords.

Advertiserii își adaugă anunțurile proprii în Google folosind acest program. Ei scriu un titlu și o mică descriere a propriei afaceri și aleg cât doresc să plătească pentru asta.

Astfel aceștia stabilesc o sumă pe care o au la dispoziție pentru întreaga campanie și cât doresc să plătească pentru fiecare click, iar Google-ul decide unde va afișa acele anunțuri.

Așadar, o reclamă de la AdSense arată cam așa:



După cum vezi mai sus, advertiserul poate spune că a pregătit 400 de dolari pentru campania lui și că nu vrea să dea mai mult de un dolar pe click. Astfel poate fi sigur că va beneficia de cel puțin 400 de oameni veniți din AdWords.

Dar puterea lui merge doar până aici. Google va decide care siteuri i se potrivesc conform cuvintelor cheie alese de către acesta și desigur îl va taxa până bugetul lui se termină.

Nu prea se știe cât din acea sumă pe care o plătește advertiserul merge la cei ce afișează reclamele AdSense. Citisem undeva că e în jur de 85%.

Desigur, suma nu a fost confirmată, tind să cred că e adevărat.

Bun, revenim.

Acest lucru face AdWords mult mai diferit față de alte metode „tradiționale” de advertising. De exemplu în lumea revistelor sau a printurilor advertiserul spune unde să-și afișeze reclama și decide dacă merită să plătească acel preț pentru asta.

Ziarul sau revista etc. Decide cât îl costă pe advertiser pentru a apărea pe acel loc din pagină. Cei ce hotărăsc să plătească acea sumă, sunt lăsați să-și pună reclama în locul ales, astfel publisherul știe întodeauna cât valorează spațiul său pentru anunț.

Niciunul din aceste lucruri nu se aplică online.

Dacă eu decid să mă înscriu în AdWords și vreau să-mi fac publicitate la un site, nu am nici cea mai vagă idee unde îmi va apărea reclama.

Se întâmplă la fel și dacă vreau să folosesc AdSense. Nu pot să controlez ce fel de reclame îmi vor apărea pe site. Cel puțin nu în totalitate.

Google spune că afișează anunțurile în așa fel încât toată lumea să fie mulțumită și toți să câștige maximum din tot acest sistem.

Deci dacă ai un site care vorbește despre „hoteluri ieftine”, iar acolo scrii despre cele mai tari hoteluri din Ibiza, Google va presupune că cititorii tăi sunt interesați și de Ibiza și va afișa anunțuri în concordanță cu asta.

Dar acesta nu va fi singurul anunț care ar putea apărea pe pagina ta. Ar putea fi multe altele. Google se va asigura că generează anunțuri care plătesc cel mai bine.

Desigur, poate acel anunț nu va fi cel care îți generează cei mai mulți bani per click. Eu spun așa: chiar dacă un anunț pentru care ești plătit mult mai puțin beneficiază de mai multe clickuri pe când unul pentru care ești plătit mai mult beneficiază de mai puține, ar trebui să fii mulțumit cu asta.

Normal, ai putea pur și simplu să lași toată povestea asta în mâna Googleului. Să îți afișeze ce reclame vrea el și să îți dea câți bani vrea el.

Din experiența pe care o am eu însă, asta e ca și cum ți-ai tăia singur craca de sub picioare. Ai fi pe cale să ratezi o mare oportunitate.

Da! Poți influența ce fel de anunțuri îți apar pe site, atât ca și relevanță cât și ca preț. Google lasă acest lucru după tine pentru

că nu e totuna să fii plătit pe un cuvânt cheie de genul „health” sau pe unul de genul „muzica greceasca”.

Pe scurt, atunci când te înscrii în programul AdSense, poate însemna ori începutul ori sfârșitul transformării site-ului tău în profit. Trebuie să te asiguri că nu „beneficiezi” de anunțuri ce plătesc puțin pe click.

Cum te înscrii în AdSense?

Prima dată, e nevoie să te înscrii în program. Uite cum o poți face.

Mergi pe www.google.com/adsense

Aici Google îți va cere printre altele să spui dacă ești „pe cont propriu” sau ai o companie. E necesar să specifici asta pentru a ști unde să-ți trimită banii. Cu un cont de business banii vor fi trimiși companiei, iar cu un cont individual, banii îți vor fi trimiși ție.

De asemenea ai ocazia de a alege modalitatea de plată. La ora la care scriu eu această carte, Google acceptă și plăți prin Western Union fără să ceară comision, ceea ce mi se pare o treabă foarte mișto.

Practic bifezi acolo Western Union, iar atunci când e timpul să fii plătit, poți ridica banii de la orice agenție ce are sigla WU. Cum faci asta? Și mai simplu. Google îți dă un număr care trebuie să-l

spui băncii și desigur numele tău, buletinul și suma exactă de plată. Tu mergi la bancă, le dai toate aceste date, iar ei îți dau banii.

Și totul în mai puțin de 24 de ore de la data la care a emis Google factura.

Google AdSense

Bine ați venit la AdSense [Ce e AdSense?](#) | [Aveți deja un cont?](#)
Vă rugăm să completați formularul de înscriere de mai jos

NOTIȚĂ În acest moment oferim suport doar pentru caracterele ISO-Latin-1 din numele și adresele de plată. O listă cu toate caracterele ISO-Latin-1 poate fi găsită în [Centrul de ajutor](#)

Informații despre website	
URL site	<ul style="list-style-type: none"> Vă rugăm să specificați doar URL-ul dvs. principal Exemplu: www.example.com
Limba site-ului web	Alegeți o limbă <ul style="list-style-type: none"> Spuneți-ne limba principală a website-ului dvs., pentru a ne ajuta în procesul de reexaminare <input type="checkbox"/> Nu vor plasa anunțuri pe site-uri care includ încurajări la cizme pe anunțuri <input type="checkbox"/> Nu vor plasa anunțuri pe site-uri care au conținut pornografic
Informații de contact	
Tipul contului	Selectați un tip de cont
Țară sau teritoriu	Selectați o țară sau un teritoriu
<p>Important Plata dvs. va fi trimisă la adresa de mai jos. Vă rugăm să completați toate câmpurile aplicabile adresei dvs., precum numele dvs. complet, numele complet al străzii și numărul casei sau al apartamentului, precum și numele corect al țării, al orașului și codul ZIP. Exemplu:</p>	
Numele primitorului plăți (numele complet)	<ul style="list-style-type: none"> Numele dvs. de primitor al plății trebuie să se potrivească cu numele din contul dvs. bancar Plătitorul trebuie să aibă cel puțin 18 ani pentru a participa la AdSense
Adresa (stradă)	
Oraș	
Statul	Selectați statul
CODUL POȘTAL	
http://www.google.com/ [2]	
<p>NOTIȚĂ</p> <ul style="list-style-type: none"> Pentru a modifica țara sau teritoriul, modificați selecția din 	

Următorul lucru pe care trebuie să-l introduci este URL-ul siteului. Știu, e loc doar pentru unul singur, iar asta îi poate băga pe mulți în ceață, mai ales pentru cei ce vor să afișeze anunțurile pe mai multe siteuri.

Nu-ți face griji, asta nu va afecta deloc cum folosești Google AdSense. Doar introdu-ți cel mai mare dintre siteuri acolo (asta dacă ai mai multe).

După ce vei fi aprobat de Google, tot ce e nevoie să faci este să dai copy paste pe siteul tău, la o bucată de cod generat automat din contul de AdSense.

Care este politica Google și de ce te-ar interesa?

Google AdSense funcționează. În ciuda faptului că foarte multă lume spune exact opusul. Și mai ales funcționează dacă respecti termenii impuși de ei.

Asta e foarte important. Pentru că, de ce să nu fim serioși, e posibil să trișezi când vine vorba de Google AdSense, deși chiar pentru puțin timp.

Și crede-mă, nu ți se merită. Pe termen lung asta e o strategie foarte proastă.

La sfârșit ai o listă cu ce poți și cu ce nu poți face când vine vorba de Google AdSense.

Uite câteva din lucrurile mai importante:

Nu trebuie să modifichi codul! Trebuie să dai copy paste la cod exact așa cum ți-l generează Google-ul. Altfel riști să fii „dat afară” din sistem. Și nu trebuie să faci nimic altceva. Din contul tău poți să te joci cu dimensiunea anunțurilor, culorile etc. Nu se merită să-ți riști contul pentru nu mai știu eu ce trucuri ai învățat.

Nu da click pe anunțurile tale! Cel mai important lucru. Nu da click pe anunțurile tale! Și nu le spune să facă asta nici prietenilor tăi! Dacă Google se prinde de treabă, îți va da ban așa de repede că nu vei mai apuca să spui nici „au mama”. Foarte mulți nu înțeleg acest lucru.

Advertiserii plătesc pentru ca anunțul lor să fie accesat de oameni interesați de acel lucru. Iar Google știe asta și a pregătit o armată întreagă de oameni ce lucrează astfel încât scriptul de la G. Să se prindă de ceea ce încerci să faci.

Ai grijă ce conținut este pe siteul tău! Când vine vorba de conținutul siteului tău, Google e foarte pretențios. El nu vrea ca advertiserii să se plângă că anunțurile lor sunt afișate pe nu știu ce siteuri unde e vorba despre filme porno sau unde există foarte puțin conținut și o mulțime de anunțuri.

Cum pot să câștig cât mai mulți bani din AdSense?

1. Îmi optimizez anunțurile

Trebuie să faci în așa fel încât anunțurile să nu pară anunțuri.

2. Îmi optimizez siteul

Pentru ca Google să-ți afișeze anunțuri cât mai relevante și care plătesc cât mai bine.

3. Testez

Totul e un test. Nu poți să îți dai seama dacă anunțul tău aduce bani sau nu din primele 2 ore. De obicei durează chiar 1-2 săptămâni.

Obiectivul tău trebuie să fie maximizarea profitului. **Ce caută pe siteul tău și ce îi face să dea click pe acele reclame?** Asta ar trebui să fie întrebarea.

Însă nu e chiar așa de ușor pe cât pare.

Dacă ar fi fost, acum nu ai mai vedea pe forumuri o mulțime de oameni care se plâng că fac din ce în ce mai puțin din AdSense.

Urmează aceste sfaturi și veniturile tale vor merge doar în sus!

1. Cum să-ți optimizezi anunțurile în așa fel încât să-i faci pe oameni să dea click

Primul pas este să știi cu ce tipuri de anunțuri ai de-a face:

Așadar...

a. Care sunt tipurile de anunțuri?

Google îți pune la dispoziție mai multe tipuri de anunțuri: sub formă de bannere, pătrate, dreptunghiuri, zgârie nori. De asemenea te lasă să te joci și cu culorile acestor anunțuri.

Din păcate foarte multă lume lasă varianta implicită pentru aceste reclame. Exact aceleași culori pe care le oferă Google la început. Ceea ce e greșit! Poți pierde grămezi de bani datorită acestui lucru.

Trebuie să înveți cum să-ți plasezi anunțurile pe pagină și ce culori să le dai. Există o mulțime de moduri în care poți

să faci acest lucru cu ajutorul AdSense, însă există doar câteva combinații care se potrivesc cu siteul tău.

Am să-ți dau câteva sfaturi despre cum trebuie să fie anunțurile:

b. Fă anunțurile în așa fel încât să nu semene cu anunțuri

Oamenii nu îți vizitează siteul pentru reclame. În niciun caz nu fac asta! Ei vreau conținut de calitate. Dacă le faci în așa fel încât să îi deranjeze de fiecare dată când intră pe siteul tău, atunci ai pierdut din start bătaia.

Oamenii se pricep foarte bine să recunoască reclamele, mai ales cei cu o anumită experiență în online. Astfel ei vor evita pe cât posibil mai mult reclamele.

Dacă vrei ca oamenii să dea click pe acel anunț, atunci ai grijă să-l faci ca și cum ar fi o parte din conținutul siteului.

c. Ce tipuri de anunțuri pune la dispoziție Google?

Google are mai multe variante de a afișa anunțurile. Diferă în funcție de mărime și formă. E foarte important să înțelegi care sunt diferențele dintre aceste anunțuri. Unele sunt ideale pentru anumite locații, altele pentru alte locații. Altele ar trebui folosite foarte puțin, altele mai deloc.

Tipurile de anunțuri pe care Google le pune la dispoziție, le poți verifica de aici:

<https://www.google.com/adsense/static/ro/AdFormats.html>

Ignoră plasamentele anunțurilor de pe acea pagină. O să îți spun mai încolo despre asta și o să îți arăt exact ce fel de anunț unde anume se integrează cel mai bine.

d. Care sunt cele mai bune tipuri de anunțuri?

Anunțurile text sunt probabil tipurile de anunț cu care ești cel mai familiarizat.

Poți să le observi ca și un mic chenar, conținând un titlu boldat, o scurtă descriere și un link către siteul respectiv. De asemenea în colțul chenarului ai imaginea cu „Anunțuri de la Google”.

Există 8 tipuri diferite de anunțuri. Cel mai popular e anunțul denumit „leaderboard”. Dimensiunile lui sunt de 728 x 90px. De obicei este folosit la începutul paginii. Ai mai jos o imagine cu acesta:

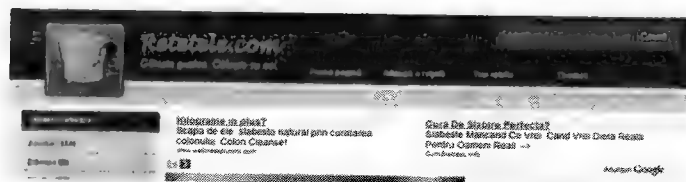


Partea de sus a siteului sau headerul, așa cum mai este denumit, este o locație grozavă, deoarece este primul lucru pe care vizitatorul îl vede.

Desigur, îl poți pune și în alte locații. De exemplu între categoriile de pe un forum. Asta poate să fie o strategie destul de bună.

De exemplu ai putea să-l plasezi la sfârșitul paginii, chiar dacă modeul de la Google nu îți arată acest lucru. Însă ca să faci asta, trebuie să fii sigur că vizitatorii vor ajunge până acolo, mai ales dacă e o pagină destul de lungă.

La urma urmei, eu cred că leaderboardurile ar trebui puse în partea de sus a siteului, sau chiar între categoriile de pe un forum. Așa ai cele mai multe șanse ca oamenii să dea click.

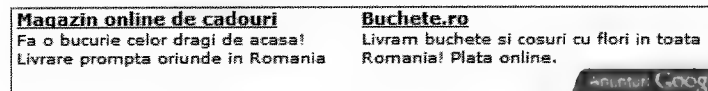


Ai mai sus un exemplu de adăugare a leaderboardului în headerul siteului.

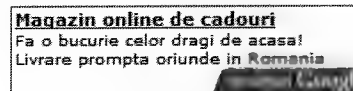
Bannerele (468 x 60) și „jumătățile de bannere” (234 x 60) sunt de asemenea mult mai flexibile.

Ca și anunțurile de tip leaderboard, le poți pune și pe acestea în headerul siteului. Chiar foarte multe siteuri fac asta. Cam așa arată:

Banner (468 x 60) - Vedeți exemple de așezare



Jumătate de banner (234x60)



Însă în headerul siteului, cred că un leaderboard funcționează mai bine.

De ce cred asta? Pentru că un banner sau un half-banner ar lăsa prea mult spațiu liber. Astfel vizitatorul își va da seama că ai lăsat acel spațiu liber iar acolo e o reclamă, pe care el trebuie să o evite.

Dacă însă te gândești să pui anunțul în mijlocul paginii, un half-banner ar putea fi soluția ideală. În timp ce un leaderboard s-ar

întinde pe mai toată pagina, un half-banner ar încăpea perfect într-un articol.

Acest tip de anunț ar trebui să fie opțiunea ta implicită pentru sfârșitul articolelor pe un blog. Deși recomandarea mea este să renunți la bannerul de 468 x 60 de px.

Una din cele mai mari greșeli pe care le fac oamenii când se înscriu prima dată în AdSense este să ia un banner de 468 x 60 și să-l plaseze pe propriul site. Greșit.

Cei mai mulți web-masteri cred că atunci când se înscriu în AdSense trebuie să plaseze tipul de anunț pe siteul lor care este cel mai vechi, conform standardelor advertisingului. Și care ar fi ăla? Da, ai ghicit – bannerul de 468 x 60. Cel pe care îl avem toți în minte și pe care îl știm de foarte multă vreme și știm că este o reclamă. Deci? Da. Îl ignorăm.

Toată lumea e familiară cu dimensiunile de 468 x 60. Și asta e exact de ce CTR-ul (rata de clickuri) e așa de mic când vine vorba de acest tip de anunț.

Desigur, asta nu înseamnă că nu o să îl poți folosi niciodată. Trebuie doar să știi ce faci cu el și să o faci într-un mod inteligent. Trebuie să te asiguri că bannerul nu va arăta în niciun caz ca și o reclamă!

Google oferă de asemenea și alte tipuri anunțuri:

Butoanele (125 x 125)

Dreptunghiurile mici (180 x 150)

Dreptunghiurile medii (300 x 250)

Dreptunghiurile mari (336 x 280)

Pătratul (250 x 250)

În general, toate cele cinci de mai sus pot fi puse cam în aceleași locuri dintr-o pagină, cu excepția butonului.

Probabil cea mai bună afișare a unui dreptunghi sau pătrat este chiar la începutul articolului. Acolo poți să îl pui în așa fel încât textul să-l înconjoare, utilizatorul fiind aproape „obligat” să se uite și în acea parte.

Normal, poți să pui aceste tipuri cam în toate locurile pe o pagină. De exemplu dacă vrei să faci un test, poți pune chiar 2 dreptunghiuri mari sus, unul lângă celălalt, la o distanță de maxim 5-10 px.

Dacă te întrebi cam care ar fi dimensiunea potrivită pentru un dreptunghi astfel încât să-ți aducă venituri maxime, eu spun că 336 x 280px. Dintre toate, asta mi-a dat cel mai mare randament.

Unul din motive e pentru că nu prea seamănă deloc cu un banner folosit în advertising și pentru că ocupă mult spațiu, astfel

utilizatorii cred că e conținut, nu doar o simplă reclamă. Apoi, desigur, cel de 300 x 250px.

„**Zgârie-nori**” (cel de 120 x 600px) sau „**zgârie nori lat**” (cel de 160 x 600px) – acest tip de anunțuri pot fi folosite tot în sidebar. Însă doar anunțuri text. Niciodată anunțuri de tip imagine!

Hai să-ți vând un pont. Aproape toți utilizatorii de PC își folosesc mâna dreaptă ca să controleze mouseul. Chiar și cei stângaci (cum sunt eu de exemplu). Pentru că așa am fost învățați.

Așadar, ce vreau să spun prin asta? Atunci când plasezi acele anunțuri (zgârie-nori, butoanele etc) în partea dreaptă, e psihologic „mai puțină distanță” între mâna dreaptă și ecran.

Această „apropiere” poate face utilizatorul să se simtă mai confortabil atunci când duce mousu până în acea zonă.

Însă asta nu înseamnă neapărat că vei aduna mai multe clickuri. Chiar și dacă pui anunțurile în partea stângă. Dacă pui un anunț de tip imagine în partea dreaptă, apoi în stânga ai conținut, fii sigur că vizitatorul îl va ignora.

Butoanele ar trebui să fie folosite în alte părți decât dreptunghiurile. Ca și „jumătățile de bannere” ele sunt distincte prin dimensiunea lor mică. Însă chiar datorită acestui fapt, le poți „strecura” cam unde vrei. De exemplu în sidebarul siteului.

Să zicem că ai o listă cu cele mai citite articole de pe site în sidebar. Adăugând un buton la sfârșitul acestei liste, îți poate da un avantaj atunci când cineva se uită pe acolo și da click.

e. De ce nu sunt bune anunțurile de tip imagine?

Atunci când adaugi un anunț pe siteul tău, asigură-te că anunțurile de tip text sunt prima ta opțiune. Un anunț de tip imagine ar trebui să fie întodeauna ultima ta variantă.

Uite câteva avantaje pe care le oferă un anunț de tip text în dauna unuia de tip imagine:

1. Dacă alegi dimensiunea potrivită, un anunț de tip text se va integra în conținutul siteului tău, tocmai pentru că el conține exact asta. Text. O imagine nu îți va oferi acest lucru aproape niciodată.
2. Atunci când pui un anunț de tip text, acesta are mai multe reclame în el. Oamenilor le placă să aibă mai multe opțiuni. Pe când un anunț de tip imagine are o singură reclamă în el.
3. La fel, alegând dimensiunile potrivite, anunțurile de tip text nu crează dezordine. Pe când imaginile o fac!

4. Și **poate** una din cele mai importante lucruri: oamenii urăsc bannerele! O să facă tot posibilul să le evite. Asta e mai mult decât sigur.

f. Cum rămâne cu anunțurile de tip link?

Urmărește-ne pe net



Anunțuri prin Google

[Retete Culinare Paste](#)
[Retete Pruturi](#)
[Dieta Cu Supa De Varza](#)
[Suc Antioxidant](#)
[Placinta Branza Dulce](#)

Un alt tip de anunțuri care spun eu că funcționează sunt anunțurile de tip links. Mai ales dacă înveți să le poziționezi în mod corect.

Anunțurile de tip link conțin o serie de patru-cinci linkuri, pe care poți să le plasezi. Acestea sunt de mult mai multe feluri. Din câte am văzut, Google le actualizează frecvent.

Atunci când un utilizator dă click pe unul din linkurile din acel anunț, va fi redirectionat spre o pagină de unde își va putea alege o serie de alte anunțuri pe care poate să dea click. Astfel tu îți vei primi banii doar dacă individul dă două clickuri. Unul pe link și unul pe anunțul de „după” acel link.

Asta îi poate face pe unii să creadă că acest tip de anunțuri este cam inutil. Ceea ce este complet fals! Am avut și încă mai am tipuri de anunțuri care funcționează.

Poți observa în imaginea de mai sus felul în care am integrat acest tip de anunțuri.

În concluzie, dacă folosești Ad Links, va trebui să le pui:

- 1. Într-un site de nișă.** Un site de interes general îți va genera foarte puține clickuri pentru că linkurile vor fi de interes general.
- 2. În partea de sus a siteului** – astfel încât vizitatorul să le vadă fără să fie nevoit să dea scroll
- 3. Cu cât mai puține linkuri în ele** – Vrei să fii plătit cât mai mult pe un click. Cu cât mai multe linkuri sunt, cu atât mai puțin vei fi plătit.

Există două tipuri de astfel de anunțuri:

1. Cele verticale

(120x90)
Afișează până la 5 link-uri

Ads by Google

[Orion Telescopes](#)
[Meade Telescopes](#)
[Goto Telescopes](#)
[Vixen Telescopes](#)
[Zeiss Telescopes](#)

(120x90_4)
Afișează până la 4 link-uri

Ads by Google

[Telescope](#)
[Celestron](#)
[Binoculars](#)
[Meade](#)

Acestea merg foarte bine băgate în sidebaruri. Ai văzut că se integrează perfect sub aproape orice conținut din sidebar.

Nou! (728x15) Afișează până la 5 link-uri

Ads by Google Meade Telescopes Refractor Telescopes Meade ETX Celestron Telescope Reflector Telescope

2. Cele orizontale

Merg foarte bine băgate în articole. În plus arată foarte bine care sunt cuvintele cheie pe care site-ul tău le generează.

În concluzie, părerea mea este că merită încercate și acest tip de linkuri. Chiar dacă vizitatorul trebuie să dea două clickuri pentru ca tu să fii plătit.

Cum să folosești culorile pentru a-ți mări veniturile?

1. Crează-ți siteul în așa fel încât AdSense să iasă în evidență, dar atenție: foarte mulți fac această greșeală – reține faptul că trebuie să faci reclamele în așa fel încât să nu pară reclame.

Nu trebuie să-ți faci siteul să aibă toate paginile la fel. Însă nu trebuie nici să atragi prea multă atenție asupra reclamelor. Trebuie să la faci în așa fel încât să pară o parte din conținut.

Atrage subtil atenția asupra anunțurilor tale de la AdSense.

2. Fă bordura să dispară

La ce bordură mă refer? Fiecare anunț de la AdSense are un border de 1px ce încercuiește chenarul, în mod implicit.

Fă acel border să dispară. Asta îți poate chiar dubla rata de clickuri (sau CRT-ul)

Chiar înainte ca internetul să apară, în toate ziarele, revistele reclamele erau marcate cu o bordură îngroșată.

Nu-i de mirare că bordurile și chenarele simbolizează reclame în ziua de azi.

Anunțurile cu borduri îngroșate îl vor face în mod sigur pe om să se uite în altă parte. Ele atrag atenția într-un mod negativ.

Google ne pune la dispoziție o gamă variată de culori din care o putem alege pe cea potrivită. Folosește-le cu înțelepciune.

Cu un simplu click, poți să potrivești culoarea bordurii cu cea a fundalului paginii tale.

Așa poți să-ți faci pagina să arate mult mai elegant, iar vizitatorul mult mai tentat să dea click pe anunț.

De asemenea ai grijă să alegi un fundal al anunțului ce se potrivește cu fundalul paginii pe care acesta va apărea.



Așadar, reține: cheia este să potrivești fundalul anunțului cu cel al paginii. Astfel va părea că face parte din conținut.

3. Ai grijă la text și formatarea acestuia

Dimensiunea textului, fontul, culoarea și culoarea anunțurilor – toate trebuie să se potrivească cu celelalte elemente.

Dacă textul are aceeași culoare ca și culoarea textului de pe pagina pe care pui anunțul, te va ajuta ca acesta să se integreze mult mai bine în conținut.

Sosul "Salsa Besciamella"

Cartea de bucate: Sosuri / ★★★★★

Ingrediente: 200 g făină, 400 ml lapte, 100 g cașcaval, nucșoară.

Preparare: se amestecă făina cu laptele pus puțin câte puțin, să nu t la foc potrivit până se îngroașă. Se ia de pe foc și se amestecă cu ca condimentează cu nucșoară. Se servește cu lasagna sau se poate g

Cuptor Flavorwave Turbo

Coace, fierbe, prăjește mancarea. Economic, eficient. Vazut la tv.
www.top-shop.ro

Tratament Diabet

Scapa De Insulina, Invinge Diabetul Tratament Naturist. Efect
Garantat!
carti-electronice.com/Diabet

Ulei regenerativ Rooibos

Gama cosmetice naturale Africa Magazin online, tratamente
www.cosmetice-rooibos.ro

Cura De Slabire Perfecta?

Slabeste Mancand Ce Vrei, Cand Vrei Dieta Reala Pentru Oameni
Realii -->
CumSlabesc.Info



Anunțuri Google

Iar dacă mărimea fontului anunțului este aceeași ca și mărimea fontului paginii tale web, va avea același efect.

La fel trebuie să se întâmple și când vine vorba de culoarea linkurilor. Trebuie să fie asemănătoare ca și culoarea linkurilor de pe pagina ta.

Poți să observi asta în imaginea de mai sus.

Iar URL-urile anunțurilor, fă-le la fel ca și culoarea textului. Merge foarte bine.

Cum să-ți mărești rata de clickuri (CTR-ul)?

1. Unde să-mi plasez anunțurile?

Asta e una din întrebările pe care le-am auzit de cele mai multe ori când am fost întrebat ceva despre AdSense.

Până la urmă, locația e totul. Degeaba te chinui să faci celelalte lucruri perfect.

Dacă vizitatorii tăi nu pot ajunge la reclamă, războiul e ca și pierdut. Chiar și având cele mai bune reclame care generează cele mai mari sume pe click.

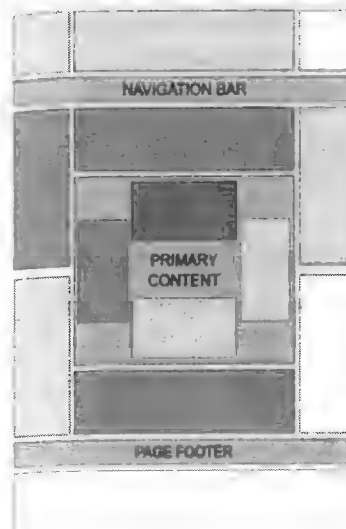
Da, așa e, de obicei cele mai vizibile anunțuri sunt de obicei cele mai ignorate. Deoarece oamenii le consideră reclame și trec cu ochii peste ele.

Pune-le acolo unde conținutul paginii va atrage cea mai mare atenție asupra cititorilor siteului tău.

Odată ce ai captat atenția vizitatorului tău, e mult mai ușor să-l faci să dea click pe unul din anunțurile tale.

Uite câteva trucuri despre cum poți să faci asta:

a. Unde se uită vizitatorii tăi cel mai mult?



Ce înseamnă asta? Trebuie să identifiți modelul de „citire” al paginii de către vizitatorii tăi. Trebuie să vezi ce anume îi atrage cel mai mult din pagină pe vizitatorii tăi.

Uită-te la designul siteului tău. Identifică zonele de interes ale userilor. În stânga ai o imagine cu zonele de interes pe un site cu trei coloane.

Zonele mai întunecate sunt zonele unde oamenii se uită cel mai des.

Această „hartă” este oferită de către Google AdSense.

Așadar. Unde se uită vizitatorii tăi cel mai des?

Google spune că anumite zone sunt mai eficiente decât altele. De asemenea se știe că ochiul cititorului începe din stânga sus, apoi continuă de la stânga la dreapta în jos, pe o pagină web. Științific s-ar putea explica faptul că noi citim de la stânga la dreapta, astfel fiind creat un model.

b. În partea de sus a site-ului

Cercetările arată că oamenii își petrec cea mai mare parte a timpului în partea de sus a siteului. Fără să mai dea niciun scroll în jos.

Acolo trebuie să apară și anunțurile tale.

De obicei din anunțurile din partea de sus a siteului îți dai seama câți oameni sunt dispuși să dea click pe ele. Și încă un lucru: Google pune cele mai bine plătite reclame în partea de sus. De aceea cât mai multe reclame **NU** înseamnă neapărat mai mulți bani!

Asta e o greșeală pe care foarte multe lume o face. Crezând că odată ce au pus o grămadă de reclame, lumea tot va da click din greșeală și vor primi mai mulți bani. Complet fals!

Nu vrei ca anunțurile care plătesc bine să fie mai puțin accesate decât cele ce plătesc mai ieftin. Ține minte: mai puțin înseamnă mai mult. Iar asta în special în partea de sus a siteului.

Cum să-ți controlezi anunțurile?

Iar întrebarea inteligentă este:

Cum atragi anunțuri relevante pe siteul tău?

Odată ce ai învățat cum să setezi culoarea și plasamentul reclamelor tale, e timpul să îți spun cum atragi reclame relevante pe site. De ce e nevoie de ele? Simplu, pentru că astfel oamenii vor fi **INTERESAȚI** să dea click pe ele. Ține minte asta, pentru că 95% din cei ce folosesc AdSense uită.

În teorie, Google controlează ce fel de anunțuri îți apar pe site. Nu te lasă să le alegi deloc. În practică, treaba stă puțin diferit. Există anumite lucruri pe care le poți face pentru a atrage pe site anunțuri cât mai apropiate de conținutul pe care îl oferi sau de tema pe care este făcut siteul.

Cum spuneam, cu cât ai mai multe anunțuri relevante, cu atât ai mai multe șanse ca vizitatorii să dea click pe ele.

Așadar, cel mai important factor va fi conținutul. Botul de la Google îți va verifica siteul și va afișa reclame relevante **în** funcție de cuvintele cheie găsite acolo.

Ține minte că botii de la Google **nu** pot citi flash sau imagini sau orice altceva ce nu e text.

Pe scurt e vorba de optimizare SEO. Cu cât aceasta e mai bună, cu cât ai mai multe cuvinte cheie relevante cu domeniul din care face parte siteul tău, cu atât mai mult Google îți va afișa anunțuri relevante.

Aici pot să-ți dau un sfat, de care mulți nu știu. Pentru targetarea unei anumite secțiuni din site (adică pentru a te asigura că botul

de la Google vede exact acea porțiune ca fiind o sursă de cuvinte cheie pentru generarea anunțurilor) ai la dispoziție următorul cod:

```
<!-- google_ad_section_start -->
```

Conținut

```
<!-- google_ad_section_end -->
```

Restul paginii nu va fi ignorată, însă acele cuvinte din „Conținut” vor căpăta o mai mare importanță pentru botul de la Google.

Se poate și invers. Dacă vrei să-ți ignore o parte din conținut, trebuie doar să pui asta:

```
<!-- (weight=ignore) -->
```

Irelevant

```
<!-- google_ad_section_end -->
```

Google AdSense – Recomandări esențiale

1. Nu da click pe propriile reclame – e interzis să faci asta, iar atunci când Google se va prinde, îți va dezactiva contul.

2. Nu cere altora să dea click pe reclamele tale – e o întreagă poveste.

De exemplu CTR-ul ar trebui să fie cam la 15-20% maxim pentru siteurile în limba română. Iar pentru bloguri la fel. Însă nu ar trebui să depășească niciodată 40-50%.

Altfel Google îți va lua contul în vedere și va verifica fiecare click. Iar dacă va găsi ceva în neregulă, din nou, îți va dezactiva contul.

3. Nu plasa anunțuri Google pe siteuri care conțin materiale interzise. Aici știi despre ce e vorba – fără anunțuri Google pe siteuri pornografice.

4. Nu modifica nicio parte din codul AdSense. Cum îl copiezi din pagina Google, așa trebuie să rămână și pe siteul tău.

5. Nu te panica dacă nu înțelegi totul din prima zi. Nici eu nu am făcut-o. Se învață cu timpul. Google AdSense este un program foarte „prietenos”.

6. Citește termenii Google înainte de a te gândi să faci vreo prostie. Mulți nu fac asta, apoi se plâng că au fost dați afară din sistem.

7. Realizează că toate aceste lucruri pe care ți le-am spus eu o să îți ia ceva timp și efort. Nu totul vine din prima zi.

8. Fii specific în ceea ce scrii pe site. Axează-te pe o nișă, sau dacă se poate pe o sub-nișă. Cu cât conținutul tău e mai detaliat, cu atât mai multe anunțuri relevante vei primi.

9. Integrează Google Analytics cu Google AdSense. Vei învăța cum să faci asta odată ce te-ai autentificat în AdSense. Apoi monitorizează-ți rezultatele din AdSense cu Analytics.

Alte sisteme PayPerClick – cum să-ți dublezi venitul

Dacă Google AdSense nu te-a mulțumit sau dacă pur și simplu dorești și alte alternative ale acestui program, am adunat pentru tine o listă de 10 alte siteuri din același domeniu.

1. AdBrite - www.adbrite.com

AdBrite este la ora actuală una din cele mai bune alternative pentru AdSense deoarece este foarte asemănător și plătește la fel de bine.

2. BidVertiser - www.bidvertiser.com

BidVertiser e o alternativă la fel de bună, deoarece te lasă să specifici tu singur propriile dimensiuni ale reclamelor pe care urmează să le afișezi pe site

3. InfoLinks - www.infolinks.com

E relativ nou în topul celor mai bune alternative. InfoLinks caută pe siteul tău în conținut anumite cuvinte cheie și le transformă în linkuri. De fiecare dată când cineva dă click pe ele, tu primești o sumă de bani.

4. Clicksor – www.clicksor.com

ClickSor e un competitor destul de „interesant” al lui Google. Oferă prețuri bune pe anunțuri și, pot să îți spun că e mai tolerant decât marele G.

5. Chitika – www.chitika.com

La fel, oferă mai multe dimensiuni pentru anunțurile tale. O alternativă foarte bună.

6. AdToll - www.adtoll.com

Un competitor bun al lui Google AdSense. Te plătește per click și au o interfață foarte ușor de navigat.

7. ExitJunction – www.exitjunction.com

ExitJunction este relativ nou în industrie. Într-un mod interesant, ei arată reclamele pentru care tu ești plătit atunci când un vizitator părăsește siteul tău.

8. Yahoo Publisher Network - <http://publisher.yahoo.com>

Yahoo încearcă să copieze AdSense și să-l prindă din urmă cu programul său pentru publisheri. Yahoo Publisher Network este program ce merită încercat.

CAPITOLUL III:

CUM SĂ FACI BANI DIN PROPRIUL PRODUS

În acest capitol:

- ✓ **Care este cea mai simplă modalitate prin care poți să ai gata propriul produs aproape "peste noapte" fără să depui efort aproape deloc și chiar dacă habar nu ai ce trebuie să conțină. Imaginează-ți că poți începe să faci bani din dimineața următoare.**
- ✓ **3 lucruri esențiale ce trebuie să le pui pe pagina de vânzare. Fă asta și vei fi absolut sigur că produsul tău se vinde.**
- ✓ **cum o schimbare "secretă" de două cuvinte de pe pagina de vânzare, poate face orice vizitator să îți cumpere produsul. Nici măcar un vânzător dintr-o mie nu realizează importanța acestei schimbări.**
- ✓ **Și multe multe altele...**

Ce este un produs electronic?

Acum ceva vreme s-a făcut un sondaj pe un site important din străinătate unde au fost întrebați marketerii ce anume le-a adus cel mai mare venit în toată cariera lor online.

Răspunsul a fost „produsele electronice”. Și e de înțeles. O să îți dai seama de ce spun asta în rândurile următoare.

Așadar, ce naiba e un produs electronic?

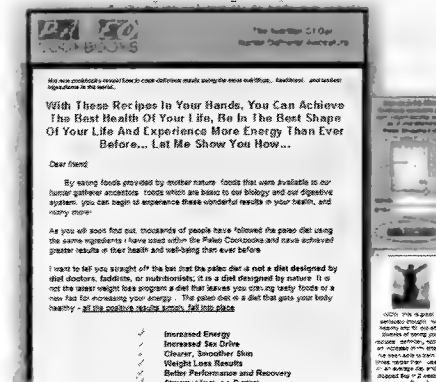
Ai văzut vreodată siteuri cu o singură pagină web în care un nene îți povestește despre nu-mai-știiu-ce domeniu, iar la sfârșit te îndeamnă să-i cumperi produsul?

Ei bine, un produs electronic este asemănător cu unul dintr-un magazin, doar că nu este palpabil. Poate fi un e-Book în format PDF, poate fi un videoclip ce te învață un lucru sau ceva audio etc.

Toate aceste lucruri le poți vinde contra unei sume, unor oameni interesați de acel domeniu.

Exemple de produse găsești o grămadă pe www.clickbank.com din zeci de mii de domenii. Nu are rost să insist asupra acestui lucru.

Ce fel de site îmi trebuie să vând acest produs electronic?



Cam așa arată un sales letter site.

Majoritatea celor ce vând e-Bookuri folosesc un site static (vei învăța despre asta în capitolul „Cum să îți faci un site”), denumit sales letter site.

Ce trebuie să conțină un astfel de site?

Foarte multă lume din așa-zisa industrie online (chiar și cea românească) este de părere că astfel de siteuri sunt vechi, demodate și nu aduc niciun ban.

Greșit. Greșit. Greșit.

Ele aduc foarte mulți bani odată ce înveți cum să le gestionezi. Mulți își pierd vremea construind siteuri care nu le vor aduce profit niciodată. Am prieteni cu siteuri care au câteva mii de

vizitatori zilnici. Iar profitul? 2-300 de dolari pe lună. Ceea ce este extrem de puțin.

Așadar, ce trebuie să conțină un astfel de site?

În primul rând designul pe care l-ai văzut acolo este unul demodat. Există variante mult mai frumoase. Daar, nu te lua după design. Am văzut o grămadă de designeri lucrând pentru perfecțiune. Nu uita, scopul tău este să vinzi.

Ok, hai să vedem:

1. Pagina principală – ce va conține sales letterul

Observi cum în interiorul siteului se află un text care îți vorbește despre produsul respectiv. Ei bine, acesta este sales letterul, sau scrisoarea de vânzare. Aceasta este menită să convingă vizitatorul în a-ți cumpăra produsul.

2. Pagina de comandă – unde va fi redirecționat userul pentru a face comanda

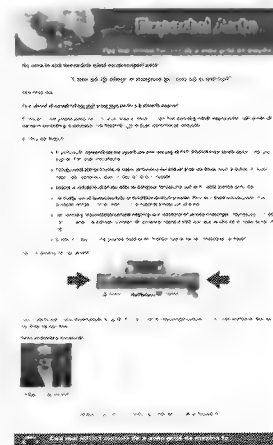
După ce l-ai convins și a dat click pe butonul de „Cumpără acum”, vizitatorul va fi redirecționat spre o pagină de comandă. De obicei acea pagină de comandă este cea pe care ClickBank ți-o oferă.

3. Pagina de „mulțumire” – unde va fi redirecționat userul după ce a făcut comanda

Odată ce plata a fost făcută, există pagina de mulțumire. De aici userul își poate descărca produsul pe care îl oferă.

De obicei pe această pagină există și un formular în care îi spui să îți introducă adresa de e-mail și numele pentru a se abona la newsletterul tău (asta dacă nu ai făcut-o deja atunci când acesta a efectuat comanda). De ce vrei să faci asta? Pentru a-l păstra și pe viitor. Cine știe când o să vrea să cumpere altceva de la tine, mai ales dacă a fost mulțumit de produs.

Bun, hai să le luăm pe rând.



Pagina principală

Aici ai două variante:

1. Scrisoarea de vânzare

Despre cum să scrii un sales letter vei învăța în subcapitolul „Cum să scrii un sales letter?”

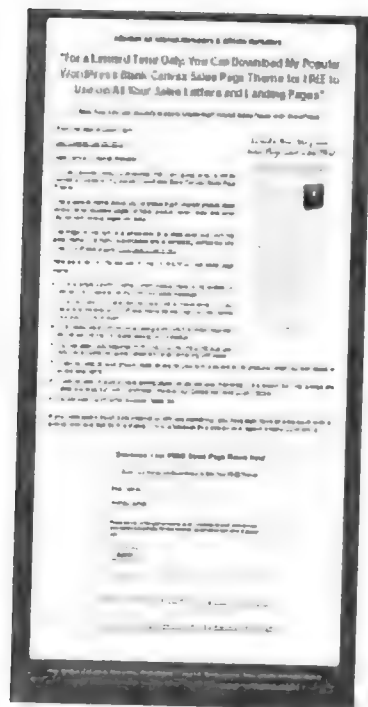
Acum îți spun în mare ce ar trebui să

conțină:

a. Un headline – textul acela mare scris cu roșu, care îți spune despre ce e vorba

b. Scrisoarea propriu-zisă – un mesaj prin care convingi vizitatorul să îți cumpere produsul

c. Butonul de comandă – pe care trebuie să apese vizitatorul pentru a ajunge pe pagina de comandă



d. Linkuri cu pagina de „Contact” și „Termeni și condiții”

e. Testimoniale – cele pe care o să le introduci în sales letter (vei afla în curând cum anume).

Acestea sunt lucrurile elementare pe care trebuie să le conțină. De asemenea poți să-i adaugi un banner siteului și mesajul de Copyright, cum vezi în imaginea din stânga.

2. Squeeze page-ul

Squeeze page-ul sau opt-in page-ul (cum mai este denumit) se referă la o pagină unde convingi vizitatorul să-și introducă numele și adresa de e-mail într-un formular, pentru a se abona la newsletterul tău.

Conține:

a. Un headline – la fel ca și în sales letter, le spui despre ce e vorba

b. Un mesaj – prin care îi convingi să își introducă mailul. Aici folosești tehnici din scrisoarea de vânzare, iar ca să îi convingi mai bine să îți introducă mailul, le oferi un PDF gratuit.

c. Formularul pentru abonare – sau opt-in formul. Va conține un cod pe care l-ai luat de la programul tău de trimis newslettere (Despre ce program să folosești o să vorbesc în curând).

d. Linkuri către pagina de contact și „Termeni și condiții”

De ce să folosești un Squeeze page și nu un sales letter?

Depinde care este obiectivul tău. Dacă vrei să aduni mai multe e-mailuri pentru a le trimite mai apoi informații despre produs, atunci folosește un Squeeze page. Dacă vrei în schimb să îți promovezi direct produsul, atunci axează-te pe un sales letter page.

Cum poți să-ți creezi propriul produs?

Înainte de a afla cum poți să-ți creezi propriul produs trebuie să îți dai seama ce anume ai dori să faci.

Ce anume i se potrivește siteului tău?

Să-ți dau un exemplu:

Să presupunem că am un site despre autoapărare. Aici vreau să-i învăț pe oameni cum să se ferească de „cei violenți”. Desigur, cel mai bine va merge un produs video. De acolo oamenii vor învăța cele mai multe lucruri.

Dar, dacă nu am această posibilitate, pot foarte bine să scriu un PDF. Acolo voi pune o grămadă de imagini, explicații etc. Și sunt sigur că va ieși foarte bine.

Sau să spunem că am un site despre dezvoltare personală. Aici scriu articole zilnic și oamenii sunt super încântați.

Care ar fi cel mai bun tip de produs? O carte electronică. Corect? Da.

Și dacă nu am destul timp să o fac? Dacă vreau să economisesc timp? Simplu, creez o variantă audio a cărții. Ar trebui să fie gata în cât mai puțin timp.

Buun, acum hai să vedem cum poți să creezi cele trei tipuri de produse:

1. Cum să creezi un E-Book (PDF) ?

Un e-book este o soluție ideală pentru un produs. Nu te costă bani, nu te costă timpul de tipărire, nu te costă timpul în care livrezi produsul acasă.

Acesta poate ajunge imediat în mâinile oamenilor, prin simpla apăsare a unui buton.

Un PDF creezi destul de simplu. O să sar peste partea de conținut, asta trebuie să o faci tu deoarece tu te pricepi cel mai bine în domeniul tău.

Tot ce trebuie să ai este un editor text. Eu foloseam Open Office, deoarece se aseamănă cu Microsoft Word și e foarte bun. În exemplul următor o să îți arăt cum creezi E-Bookul cu Office 2007 Word.

Acum e nevoie să scrii conținutul. După ce ai făcut asta, salvezi documentul .doc undeva, apoi îl transformi în extensie .pdf

Din păcate Word nu vine cu această opțiune din fabrică, însă Microsoft s-a gândit și la noi și a creat o extensie a Word-ului care îți permite să salvezi toate documentele și .pdf

<http://www.microsoft.com/downloads/details.aspx?FamilyID=4d951911-3e7e-4ae6-b059-a2e79ed87041&displaylang=en> – de aici descarci pluginul.

Apeși pe download, îți va apărea o pagină, apoi va începe descărcarea extensiei.

După aceea pur și simplu o rulezi și o instalezi. Închizi Word-ul, îl deschizi înapoi și e gata.

Acum poți salva documente .pdf

Însă asta nu e tot. Pentru a vizualiza aceste PDFuri trebuie să ai un program denumit Adobe Acrobat Reader de care sunt mai mult decât sigur că ai auzit deja.

Iar în legătură cu parte de conținut, poți să studiezi alte cărți. Nu trebuie să fie neapărat electronice. Vezi care este structura lor – cuprinsul, introducerea, capitolele, cuvântul de final etc.

Astea fiind zise, spor la scris cartea! Acum să trecem la cel de-al doilea tip de produs.

2. Cum să creezi un produs video?

Acum urmărește-mă cu atenție, deoarece produsul video este de două feluri.

a. Screencasturile

Ai văzut vreodată un tutorial care te învață diferite chestii doar că este video, nu text? Este vorba de un nene care vorbește în timp ce își filmează propriul desktop și îți spune cum să faci aia aialaltă etc. Ei bine, asta e un screencast.

Un astfel de produs poate fi foarte bun atunci când ai ceva de arătat oamenilor pe care ești sigur că nu vor înțelege din varianta text.

O metodă foarte bună de a face screencasturi este cu ajutorul acestui soft:

<http://www.techsmith.com/camtasia.asp>

Din păcate te costă ceva bani. Dar nu-i nimic, găsești o grămadă de astfel de programe gratis pe Google. Trebuie doar să cauți „screencast recorder”.

b. Webcam-recorderele

Cred că știi povestea când vine vorba de asta. Aici iei o cameră video și te înregistrezi. Poți să înveți oameni să facă un anumit lucru, să le spui chestii motivaționale dacă ești în acel domeniu etc. Posibilitățile sunt nelimitate.

3. Cum să creezi un produs audio?

Produsele electronice audio sunt destul de populare în rândul maselor. Cine nu ar vrea să asculte o carte audio în timp ce merge la servici? Da, ai ghicit, au o utilitate crescută.

E foarte ușor să creezi varianta audio a unei cărți. Sau chiar pur și simplu să te înregistrezi pe tine.

Chiar și Windows-ul are un AudioRecorder. Dacă vrei ceva mai bun, caută pe google „free audio recorder”. De obicei nu îți trebuie nu știu ce programe sofisticate.

Desigur, vei avea nevoie și de un microfon. Asta nu cred că e o problemă.

Iar în final, pot să îți spun că orice fel de produs decizi să faci, tot timpul va fi nevoie de ceva de calitate.

Dacă nu e de calitate, oamenii vor cumpăra apoi vor fi frustrați și își vor cere banii înapoi. Sau chiar dacă n-or să facă asta, nu vor mai cumpăra de la tine altă dată.

Un singur sfat îți pot da: ai grijă de oameni. Ei trebuie să fie principala ta sursă de informație. De la ei trebuie să afli ce au nevoie și ce nu. Nu tu, deoarece nu le poți ghici gândurile.

Creează ce au nevoie ei, nu ce crezi tu că au nevoie.

Un mod de a face asta este prin a-ți pune următoarele întrebări:

1. Care sunt principalele frustrări ale oamenilor în legătură cu domeniul respectiv?
2. Cum îi pot ajuta să scape de acele frustrări?
3. De ce altceva mai au nevoie pentru a se simți „împliniți”?

Astea fiind spuse, spor la muncă!

Ce este rata de conversie?

Înainte de a trece la sub-capitolul dedicat newsletterelor, e nevoie să știi câteva lucruri despre rata de conversie și ce este ea.

Ce este rata de conversie?

Măsura care îți spune cât de eficient transformă siteul tău vizitatorii în clienți.

Pe Wikipedia rata de conversie este definită cam astfel:

„În Internet Marketing rata de conversie este procentul de vizitatori unici care au săvârșit o acțiune în timpul vizitei lor pe un site.

Acțiunea dorită poate însemna introducerea unui e-mail, realizarea unei comenzi a unui produs, vizionarea unei pagini cheie a siteului, descărcarea unei pagini etc.”

Obiectivele tale vor determina ce fel de conversie dorești. Pe siteurile care vând produse, rata de conversie va însemna ca vizitatorul să ajungă pe pagina de „thank you” după ce a cumpărat un anumit produs.

De ce ai nevoie să urmărești rata de conversie?

Trebuie să urmărești asta deoarece fără să știi unde te afli, cât de performant este siteul tău, nu poți dezvolta un plan de acțiune pentru îmbunătățirea afacerii tale.

Urmărirea ratei de conversie îți oferă șansa de a determina cum poate să influențeze o schimbare anumite de pe siteul tău, întreaga ta afacere online.

Și în cele din urmă, cel mai important lucru dintre toate: urmărești rata de conversie pentru a înțelege cum să-ți crești vânzările.

Cum să măsoari rata de conversie?

Rata de conversie este calculată împărțind numărul total de acțiuni duse la bun sfârșit, cum ar fi vânzarea unui produs,

abonarea la newsletter, la numărul total de vizitatori unici ai websiteului, pe o anumită perioadă de timp.

De exemplu dacă ai 3 mii de vizitatori unici pe site și 30 dintre ei au cumpărat produsul, atunci rata ta de conversie este undeva la 1%.

Partea frumoasă este că Google Analytics îți calculează automat rata de conversie dacă ai făcute niște setări. Pe Google Analytics poți să-ți setezi Goal-uri. O să vezi cum faci asta după ce înveți să-ți faci un cont pe GA. Am să-ți explic mai târziu.

Ce este un newsletter și la ce te ajută?

Un newsletter este un e-mail distribuit periodic celor ce se abonează acestui sistem. Oamenii care devin abonați se mai numesc și subscriberi.

De ce e nevoie de un newsletter la un site?

Mai ții minte când ți-am spus să construiești încredere și un brand pe siteul tău? Ei bine, asta poți face și cu un newsletter. Asta și mai mult decât atât. Important e să ai cât mai multe adrese de e-mail.

Ce faci cu acele adrese de e-mail?

După cum spuneam, printr-un newsletter trimiți mailuri abonaților acestuia periodic. Însă nu orice fel de mailuri și nu oricând.

Multă lume nu înțelege asta pentru că stau praf la capitolul Email Marketing.

Email marketingul este o unealtă foarte puternică. Îți poate aduce foarte mulți bani dacă știi să-l folosești cum trebuie. În cele ce urmează am să te învăț ce poate face EM-ul.

Însă înainte de a face asta, vreau să-mi faci o promisiune atât mie cât și ție: **nu vei folosi niciodată aceste lucruri pentru a trimite SPAM. E pur și simplu fără etică și foarte enervant pentru majoritatea celor ce primesc mailuri nedorite.**

Cu ce se confruntă un email marketer?

În timp ce email marketingul era o posibilitate fără limite acum câțiva ani, în zilele noastre s-a transformat într-o adevărată provocare plină de obstacole.

Fiecare email marketer se confruntă cu trei provocări diferite pentru a aduce e-mailurile în fața oamenilor și pentru a-i face pe aceștia să fie atenți la ele:

1. Filtrele de SPAM

Aceasta este prima dintre provocări. Avem filtre de spam care șterg marea majoritate a e-mailor nedorite trimise,

dar din păcate uneori șterg chiar e-mailurile trimise de tine.

2. Ștergerea în masă

De câte ori nu ai scanat cele 50 de e-mailuri primite zilele trecute, apoi le-ai bifat pe toate și le-ai șters?

Deoarece suntem bombardați cu atât de multe emailuri nesolicitate, uneori din greșeală sau chiar din frustrare ștergem mesaje pe care chiar le-am solicitat.

3. Foarte multă competiție

Ultima dintre provocări este competiția. Avem foarte mulți e-mail marketeri care încearcă să atragă atenția subscriberilor. Sunt foarte multe mesaje care de asemenea încearcă să iasă în față și să convingă oamenii să se aboneze la o anumită listă.

Pe scurt: Este din ce în ce mai greu să atragi atenția cu e-mailurile tale.

Ok, probabil te-ai speriat puțin. Nu e nevoie. E-mail marketingul nu este mort. Ba chiar este foarte viu și aduce o grămadă de profit.

Trebuie doar să te adaptezi provocărilor care vin în continuare.

Desigur, dacă lucrezi corect și oferi abonaților tăi valoare, atunci vei avea foarte puține șanse să ajungi în lista de SPAM.

Însă înainte de a trimite e-mailuri o să ai nevoie de un script care să facă asta pentru tine.

Cum noi vom lucra cu Wordpress, aici ai un plugin gratuit ce îți oferă posibilitatea integrării unui newsletter pe blogul tău:

<http://wordpress.org/extend/plugins/newsletter/>

Dacă vrei ceva mai bun, atunci eu îți recomand Aweber, însă acesta costă.

www.aweber.com sau chiar www.mailchimp.com

Aweber este de departe cel mai bun când vine vorba de Newslettere, din punctul meu de vedere. Chiar poți să îl încerci prima lună cu 1 dolar din câte știu eu, apoi prețul e de la 20 de dolari pe lună.

Însă la început, nu știu dacă ți se merită investiția, doar dacă ai planuri serioase.

Deocamdată eu îți recomand să folosești pluginul Wordpress pe care ți l-am arătat deoarece mai ai multe de învățat și pe propria piele din Email Marketing.

Nu aș vrea să dai banii degeaba la început.

Buun, acum hai să vedem cum aduni acea listă de abonați:

Cum să-ți construiești o listă

Înainte de a aduna subscriberi la newsletterul tău, trebuie să înveți lucrurile fundamentale. Acestea fiind următoarele:

- O ofertă puternică (un PDF gratuit din domeniul siteului tău, un newsletter în care îi înveți ceva etc.)
- Un squeeze page care convertește foarte bine
- Cum să-ți faci pe oameni să-și confirme adresa de e-mail
- O serie de newslettere care îți vor aduce bani constant din produsul pe care îl vinzi sau promovezi

Ok, hai să trecem prin fiecare în parte.

I. O ofertă puternică

Dacă vrei ca oamenii să își introducă adresele de email în newsletterul pe care îl oferi, trebuie să le dai ceva valoros în schimb.

Ceva care nu poate fi obținut în altă parte și pe care îl pot lua doar de la tine. Iar dacă acel ceva mai există deja pe piață, tu trebuie să ai altceva în plus. De preferat ceva ce ai creat pentru tine.

De exemplu:

- Un raport gratuit, eBook, un videoclip interesant, o lecție audio etc.

- Înscrierea gratuită la un newsletter valoros
- Accesul la un curs online livrat prin e-mail

II. Un squeeze page care convertește foarte bine

Un lucru foarte important e ca pagina pe care ai formularul de abonare să convertească foarte bine. Adică să ai cât mai mulți abonați la un anumit număr de vizitatori.

Aici secretul de a crea un opt-in-page (pagină de abonare) care convertește foarte bine, ține cel mai mult de „a testa”. Tetează testează, testează.

De exemplu poți folosi Google WebSite Optimizer pentru a rula un split-test pe pagina ta de opt-in. Eu când fac asta, de obicei schimb headlineul, însă nu e o regulă.

Testează varianta originală versus varianta modificată. Desigur, nu o să îți poți da seama din prima care sunt rezultatele. Așa că trebuie să aștepți până ai destul de multe date.

Odată ce ai identificat cea mai performantă pagină de optin, testeaz-o contra unei alte pagini. Chiar și dacă la fiecare test, ai o rată de conversie cu 1% mai mare, testează în continuare. Cu cât ai mai mulți abonați, cu atât mai bine! Poți să testezi până ajungi la o rată de conversie pe care nu credeai că o să o atingi vreodată.

Mai jos ai lucrurile fundamentale pentru un squeeze page care convertește foarte bine:

- Subliniază beneficiile principale ale ofertei tale (a ceea ce oferi tu în schimbul mailului lor)
- Afișează formularul de opt-in în așa fel încât vizitatorii să nu fie nevoiți să dea scroll pentru a-l vedea. „Above the fold” așa cum se spune. Adică în partea de sus a paginii.
- Asigură-te că ai o ofertă puternică. Este absolut necesar să oferi ceva de valoare, care nu poate fi găsit la altcineva. Dacă un vizitator vine pe squeeze page-ul tău și vede ceea ce oferi, însă are deja acel lucru, atunci va pleca, fără să se mai aboneze.

III. Cum să faci oamenii să-și confirme adresa de e-mail

Asta e partea cea mai frustrantă dintre toate. Unii spun că nu e necesar să faci oamenii să-și confirme adresa de e-mail. Întrădevăr, e și asta o idee. Are avantajele și dezavantajele ei.

Eu prefer să mă concentrez pe a face utilizatorii să-și confirme adresa de e-mail. Depinde de domeniul în care e siteul. La unele siteuri am avut o rată de conversie de 60-70% din cei ce și-au introdus mailul, la altele siteuri doar 40-50%.

De notat: pagina de confirmare reprezintă pagina pe care vizitatorul este trimis după ce și-a introdus e-mailul.

Aici ai mai multe variante:

- Amintește-i celui ce își introduce e-mailul că trebuie să își confirme adresa pentru a primi acel lucru de valoare pe care îl oferi (e-bookul, lecția audio etc). Dacă nu face asta, nu va primi nimic.
- Spune-i exact ceea ce trebuie să facă. Oamenii sunt leneși și nu e prea bine să-i pui să facă lucruri pe care nu prea le știu sau care îi pun într-o situație frustrantă. Ei nu vor să depună prea mult efort. Scribe-i exact ce are de făcut (Să se uite în Indoxul emailului lui, să verifice la Spam dacă nu e acolo mesajul, apoi să apese acolo, acolo acolo etc.)

- Pentru a adăuga valoare și mai mare, poți pune pe pagina ta, ceva de genul: „Dacă vei confirma adresa ta de e-mail, ai acces GRATUIT la acest bonus în valoare de X sute de RON.”. Asta îți poate aduce chiar cu 10-20% mai mulți subscriberi.

IV. O serie de newslettere care îți vor aduce bani din produsul pe care îl vinzi sau promovezi

Ultima parte și poate cea mai importantă este să ai o serie de newslettere care îți vor promova produsul într-o manieră cât mai puțin stresantă pentru abonații tăi.

Chiar înainte de a-ți lansa siteul ar fi bine să ai pregătite aceste e-mailuri.

Poți include articole foarte bune care le vor aduce beneficii cititorilor tăi. Poți face screencasturi video, tutoriale în care explici anumite lucruri, sau chiar lecții audio. Nu ai nevoie de multe resurse pentru a face asta. Un microfon și softul Camtasia.

Pe scurt, trebuie să-ți faci abonații să te placă. Dacă îi faci să te placă, atunci foarte bine poți să câștigi câte un dolar de la fiecare din ei, pe lună.

Ți-aș recomanda să folosești regula 75:25. Adică aproximativ 75% din conținutul pe care îl trimiți în newslettere, să fie valoros și important pentru subscrierii tăi, iar restul de 25% să fie articole motivaționale care îți vor transforma abonații în potențiali clienți și o sursă pasivă de venit.

E important să păstrezi un echilibru, deoarece cu cât mai mult îi agasezi în legătură cu produsul pe care îl promovezi, cu atât mai mult te vor desconsidera și vor avea mai puțină încredere în tine.

Cum să faci rost de abonați?

Acum vine partea mai interesantă. În următoarele rânduri îți voi spune cum să faci rost de abonați pentru lista ta.

Pentru asta ai nevoie de trafic. Trafic targetat. E o vorbă pe care o spuneam de foarte multe ori: „degeaba încerci să vinzi vaze unui mecanic, el nu are ce face cu ele”.

Trebuie să cauți oameni care sunt interesați de ceea ce oferi tu.

Ok, hai să vedem cam care ar fi strategiile pentru a aduce trafic pe siteul tău:

1. Scrierea de articole

Cel mai probabil ai auzit de ea, pentru că a funcționat și funcționează atât de bine de foarte multă vreme. Pur și simplu scrii articole din domeniul siteului tău și le introduci în cât mai multe directoare web. Iar la sfârșitul articolelor adaugi un link către siteul tău.

Multă lume crede că marketingul prin articole nu mai funcționează, însă nu este adevărat. Desigur, ai mult mai multe șanse dacă ai un site în engleză deoarece găsești mai multe directoare web, decât în România.

Hai să facem un calcul. Mie îmi ia 25-30 de minute să scriu un articol cât de cât interesant, pe care apoi îl introduc în 20 de directoare.

Să presupunem că din fiecare director web îmi vin câte 5 vizitatori pe zi. Asta înseamnă 100 pe zi în total. Așadar 3 mii pe lună.

Din cei trei mii de vizitatori, dacă reușești să faci cel puțin 50 de cenți pe cap de vizitator, pe lună, ajungi la 1500 de dolari, corect?

Trucuri: Cum să faci marketingul prin articole să meargă

1. Scrie articole scurte, care sar în ochi (de 300-400 de cuvinte), legate de nișa ta.
2. Crează la sfârșitul articolului o mică descriere care îi îndeamnă să citească mai mult din acest domeniu. De exemplu: „Descarcă acum PDF-ul tău gratis și află mai multe informații din acest domeniu. Du-te la www.SecretulBanilor.com pentru a afla mai multe”.
3. Înscrie-ți cele 10-20 de articole în aceeași zi pe cel mai mare director de articole. De exemplu în străinătate pot spune că merge cel mai bine EzineArticles.com
4. Monitorizează progresul acestor articole lunar. Notează numărul de vizualizări și numărul de accesări.
5. Acum află mai multe. Câți dintre acești oameni s-au înscris lunar la siteul tău? Cât valorează fiecare în parte pentru tine? Cam cât scoți de la fiecare pe lună?
6. De aici poți să îți dai seama dacă se merită sau nu să scrii articole și să le introduci în directoarele web. De exemplu dacă scoți 10 dolari pe fiecare articol, atunci poți plăti pe cineva cu 5 dolari să îți scrie, iar tu rămâi cu 5 dolari în plus. Și tot așa.

Așa cum mi-a spus cineva odată: „Internet marketingul e un joc al numerelor. Fă-le să meargă în favoarea ta”.

II. „Fură” vizitatorii altora

Ok, aici există mai multe metode și probabil ai auzit de majoritatea, iar de altele îți spun eu acum.

1. Comentariile pe blog

Știu că ai auzit de tehnica asta. Și e probabil cea mai simplă și mai ușoară cale de a aduce vizitatori către siteul tău.

Țin minte acum vreo 2 ani, avusesem un site de sport, iar un amic de-al meu, care se ocupa și el de întreținerea acestuia, a postat un comentariu pe un blog foarte accesat din domeniul sportului.

Deși comentariul lui nu avea nicio legătură cu siteul nostru (decât că își pusese la WebSite, numele acestuia), îmi aducea în fiecare zi 15-20 de vizitatori de acolo. Am rămas destul de surprins atunci.

Acum, cum profiți de asta? Simplu. Caută pe google cele mai accesate 50 de bloguri din nișa ta, apoi intră pe ele și adaugă comentarii la articole. Poți găsi de asemenea bloguri pe Technorati.com

Lista de bloguri nu trebuie să fie neapărat din domeniul tău. Dacă ai un site de modă masculină, poți foarte bine să

te duci pe siteurile de modă atât masculină cât și feminină și să cauți acolo sub-domeniile potrivite ție.

Desigur, nu comentarii de genul celor în care îți promovezi la greu siteul. Nu. Răspunde la articole cu mesaje pertinente, iar din când în când postează un link către siteul tău, care are legătură cu articolul pe care îl comentezi.

Sau pur și simplu adaugă-ți WebSiteul în formularul pentru comentarii.

Vizitează regulat aceste siteuri, ba chiar te poți abona la newsletterele lor și de fiecare dată când apare câte un articol nou, postează comentarii ajutătoare.

Și de asemenea, un link către squeeze page-ul tău, la sfârșitul articolului.

2. Contribuția cu articole

Acest lucru e foarte simplu și îl recomand pentru toată lumea. E o cale foarte ușoară de a aduce trafic targetat pe siteul tău. Eu îl folosesc destul de des la siteurile mele.

Ce implică? Trebuie să cauți cele mai tari bloguri din nișa ta. Le poți afla judecând după traficul de pe Alexa, page

rank, numărul de comentarii de la articole, numărul de subscrieri la newsletter etc.

Apoi, ia primele 10 bloguri, cele mai tari și trimite-i autorului fiecărui blog un mesaj. Întreabă-l dacă e de acord să postezi tu un articol pe siteul lui, din domeniul respectiv, iar la sfârșitul articolului, să adaugi numele tău și un link către domeniul propriu.

Dacă autorul blogului acceptă, atunci ai grijă să scrii articolul cât mai bine pentru a-ți mări șansele de a scrie mai multe și altă dată.

Poți beneficia astfel de linkuri către siteul tău, aduce trafic, mări numărul de subscrieri și poți să crești încrederea pe care o au abonații tăi în tine.

3. Un PDF gratis

Uite ce trebuie să faci. Crează un document PDF, de 7-8 pagini, în care vorbești despre un anumit lucru din nișa ta.

Acum, du-te la acea listă de 50 de bloguri din nișa ta și alege-le pe primele 20. Apoi trimite-le câte un mail la fiecare din ei în care le spui că ai pregătit un PDF gratuit pe care li-l oferi lor pentru a-l da mai departe abonaților fiecăruia.

Ai grijă ca la sfârșitul PDFului să pui o mică descriere a siteului tău și link către acesta.

Imaginează-ți că 10 oameni dau mai departe PDF-ul, fiecare la câte 500 de abonați. Asta înseamnă 5000 de oameni care îți vor citi PDF-ul și vor intra pe site.

III. „Fură” subscriberi

Asta e una din strategiile pe care nu prea am văzut să fie folosite. A funcționat și încă mai funcționează destul de bine.

Ok.. hai să-ți spun despre ce e vorba.

Din nou, va trebui să găsești cele mai bune bloguri din nișa ta. Apoi uită-te pe siteurile lor dacă oferă și ei un newsletter vizitatorilor siteului. Abonează -te la newsletterul lor, iar dacă folosesc un newsletter în care trebuie să-ți confirmi adresa de e-mail, atunci aceștia sunt candidații perfecți pentru ceea ce vrei să faci.

Acum, îți aduci aminte când am discutat cum să-ți mărești numărul de subscriberi? Îi vom învăța și pe ei același lucru. Le vom spune cum să-și mărească numărul de subscriberi.

De obicei, eu contactez alte bloguri de nișă și le spun că am o propunere pentru ei, despre cum să-și îmbunătățească rata de

conversie. Le spun că dacă promit un PDF gratuit celor ce vor să se aboneze, rata de subscriberi va crește foarte mult.

Această strategie seamănă cu **metoda 3**, însă cu mici diferențe. Tu le spui autorilor acelor bloguri de top că ai un PDF gratuit pentru ei, pe care pot să-l pună pe pagina lor de confirmare, fără a mai fi nevoiți să mai facă ei unul. Astfel economisesc timp și bani.

Acum, de fiecare dată când un abonat se va înregistra pe acele bloguri de nișă, va vedea PDFul tău și în cele din urmă o parte din ei vor intra pe siteul tău.

Iar ca rata de conversie să fie mai mare, pur și simplu pui la sfârșitul PDFului un link direct către Opt-In page-ul tău, nu către site.

Gândește-te că fiecare din acele bloguri ți-ar putea aduce 5 abonați pe zi. Asta nu pare să fie mult, însă dacă aduni de la 3 bloguri, sunt 15 abonați pe zi, sau 450 pe lună.

Din cei 450 pe lună, dacă faci 0.5 cenți de la fiecare, ai adunat un plus de 225 de dolari la veniturile tale.

Uite ce mail le trimit eu autorilor acelor bloguri de top, pentru a-i convinge să accepte această strategie. Poți să îl folosești și tu, desigur, personalizând mesajul. Așadar:

„Salut NUME,

Tocmai m-am înscris la Newsletterul tău pe www.SITEULTAU.com

Am observat câteva lucruri care ți-ar putea îmbunătăți destul de mult rata de conversie la newsletterul tău. Mă gândeam să îți spun și ție despre asta.

Probabil te întrebi de ce aș face asta. Ei bine, din două motive:

1. Te va ajuta să-ți îmbunătățești rata de conversie destul de mult și desigur să-ți mărești profitul.
2. Acest lucru mă poate ajuta și pe mine de asemenea.

Această metodă de care îți spun, tocmai am folosit-o pe pagina mea de confirmare și mi-a îmbunătățit rata de conversie cu aproape 20%.

Uite ce am făcut:

Când cineva își introduce adresa lor de e-mail, redirecționează-l pe o pagină de confirmare.

Pe această pagină explică-i persoanei respective că trebuie să-și confirme adresa de e-mail. Iar dacă fac asta, atunci vor primi gratuit un PDF cu informații din domeniul siteului tău.

De asemenea arată-le cum să facă asta. Ai dreptate, nimic nou până aici. Însă uite care este „șmecheria”.

Pe pagina de confirmare pune mesajul acesta:

„Dacă îți confirmi adresa de e-mail vei primi acces la un PDF în valoare de X RON (unde X este suma la care estimezi PDFul tău) și totul pe GRATIS deoarece ai devenit un abonat de valoare al site-ului meu.”

Acesta este lucrul care mi-a mărit mie rata de conversie.

Oricum, am o propunere.

Am un produs, denumit NUMELE PRODUSULUI TĂU – îl poți descărca de aici.

Aici scrii linkul de unde poate să descarce PDFul tău fără a se mai abona la newsletter

Aș dori să oferi acest PDF ca și bonus pentru toți cei ce se înscriu și își confirmă adresa la newsletterul tău.

Acest lucru nu numai că îți va crește rata de confirmare a mailurilor, dar și relația pe care o ai cu abonații tăi și desigur îți va mări profitul în viitor.

Ceea ce îți ofer eu, îmi place să cred că este un produs destul de bun, mai ales după recentele testimoniale ale abonaților mei.

Cel mai bun lucru este că le voi permite abonaților site-ului tău să descarce PDFul direct, fără a fi nevoiți să se mai înscrie la newsletterul meu. Desigur, o să poată, dacă vor asta.

Dacă ești interesat, aș dori să creez o pagină personalizată pentru subscrierii tăi, ca și cea de mai jos:

Aici pui pagina personalizată pe care pui o mică descriere a PDFului tău și un link prin care pot să-l descarce direct.
www.SiteulTău.com/Numele-lui.html

Voi schimba pagina astfel încât să apară numele tău pe ea.

Te interesează această propunere?

Dacă da, atunci anunță-mă, iar eu îți voi personaliza cât mai repede pagina astfel încât numărul tău de abonați să crească de la zi la zi. Tot ce trebuie să faci este să adaugi un link către pagina asta, pe siteul tău.

Îți mulțumesc că ai citit acest mesaj destul de lung, ce-i drept.

*Aștept cu nerăbdare răspunsul tău,
Numele Tău"*

Trimite acest e-mail la 30-40 de bloguri din nișa ta. Cu cât trimiți la mai multe, cu atât mai mulți abonați îți vor veni. Poate ești norocos și dai peste un site cu trafic mare care va accepta propunerea ta. Asta ți-ar putea aduce 5-10 abonați pe zi doar de acolo, în fiecare zi.

IV. Yahoo Answers

Din păcate această strategie nu va funcționa atât de bine în România, însă are un succes destul de bun pentru siteurile în limba engleză. Am descoperit-o acum un an și ceva, iar de atunci nu am încetat niciodată să o folosesc.

E o sursă destul de bună de a aduce trafic gratis. În plus, îți aduce trafic targetat. Ok, cum funcționează?

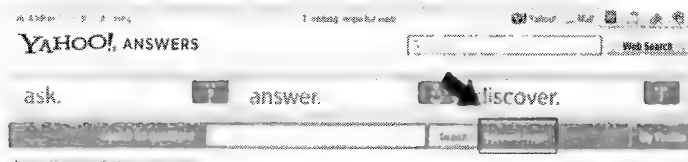
Te duci la <http://answers.yahoo.com> și îți faci un cont.

Cu Yahoo Answers poți găsi întrebări și răspunsuri legate de nișa ta. Cauți acele întrebări la care nu s-a răspuns deja sau la care se mai poate răspunde și postezi mesajul tău ajutător, cu un link la finalul acestuia către siteul tău.

E chiar atât de simplu.

Există două modalități de a afla întrebări legate de nișa ta.

Poți să folosești funcția de căutare avansată. Mergi la Yahoo Answers pe prima pagină, iar acolo unde scrie Search, dai click pe Advanced Search. O să îți apară pagina de căutare avansată, iar acolo introduci cuvintele cheie din nișa ta.



Înainte de a apăsa butonul de căutare, trebuie să bifezi „Open questions”.

A doua metodă de a căuta este mult mai bună. Te duci la Yahoo Answers și selectezi o categorie din stânga, care e relevantă cu nișa siteului tău. Apoi alegi o sub-categorie de acolo, astfel încât căutarea să fie cât mai relevantă.

Îți vor apărea întrebările din domeniul respectiv. Acum tu le poți selecta pe cele mai bune pentru a răspunde la ele. Însă ai grijă. Adaugă linkul către siteul tău la doar jumătate din întrebări, pentru a nu te cataloga Yahoo ca și spammer.

Poți răspunde la 20 de întrebări pe zi, până ajungi la 250 de puncte. Apoi poți răspunde la 40 de întrebări pe zi. Primești 2

puncte pentru fiecare întrebare la care ai răspuns și 10 puncte dacă îți alege cineva răspunsul ca fiind cel mai bun.

Unele din întrebările la care răspunzi pot ajunge pe prima pagină în Google în căutări pentru anumite cuvinte cheie. Asta e o strategie foarte bună pe viitor. Pentru că odată ajunși acolo, vizitatorii vor vedea și siteul tău.

Cu cât ai mai multe răspunsuri, cu atât ai posibilitatea de a avea cât mai mulți vizitatori.

V. „Schimbul” de liste

Asta e strategia care îți poate aduce cei mai mulți abonați în cel mai scurt timp. Însă nu te sfătuiesc să abuzezi de ea. Trebuie pusă în aplicare la anumite intervale de timp, altfel abonații tăi vor deveni din ce în ce mai frustrați și relația ta cu ei din ce în ce mai șubredă.

În ce constă? Găsește un blog cu un conținut asemănător cu cel al tău și cu o listă la fel de mare. Apoi propune-i autorului acelui blog să vă promovați amândoi squeeze page-ul.

Dar ca să faci asta îți trebuie o listă de abonați. Măcar 200-300 de subscriberi. Ca să ajungi aici, folosește-te de toate strategiile de mai sus. Apoi, odată la o lună să zicem, caută un blog pentru a folosi această strategie.

Să presupunem că rata de conversie e undeva la 10%. Asta înseamnă că din 300 de persoane ce intră pe squeeze pageul tău de pe acel blog, 30 se vor abona.

VI. „Schimbul” de conținut

Această strategie este asemănătoare cu cea anterioară, doar că nu implică schimbul de liste, ci de conținut.

Vezi tu, atunci când trimiți un mail listei tale în care le spui că ar fi mai bine să se aboneze și la acel blog, ei văd asta ca pe o promovare din partea ta. Chiar dacă le oferi ceva pe gratis, ei tot vor trebui să se aboneze la acel newsletter.

Cu cât trimiți mai multe e-mailuri de acest gen cu atât mai mult îți poți deteriora relația pe care o ai cu clienții.

O cale mult mai ușoară este să faci un „schimb” de conținut.

În acel e-mail pe care îl trimiți abonaților tăi, în loc să le recomanzi direct squeeze page-ul persoanei cu care te-ai înțeles să faci „schimbul”, le pui direct un articol scris de acea persoană, iar la sfârșit adaugi un link către pagina de squeeze a acestuia. Urmând ca el să facă același lucru în lista lui.

E o strategie bună atât pentru a face rost de conținut pentru newsletterul tău și de a-ți îmbunătăți sau măcar păstra relația pe care o ai cu ei, cât și de a aduce alții noi.

Mie personal îmi place să scriu 4-5 articole foarte bune pe care le păstrez pentru aceste „schimburi” de conținut. Astfel acei abonați vor vedea calitatea articolelor și rata de conversie va fi una mult mai mare.

Cam atât despre cum să-ți construiești o listă de abonați.

Mai multe în legătură cu aducerea traficului pe site, în capitolul dedicat special acestui lucru.

Cum să-ți mărești veniturile din newsletter?

Acum că ai învățat cum să-ți construiești o listă de abonați, e timpul să îți spun cum poți să câștigi bani din acea listă. Sunt lucruri pe care le-am învățat de la alții sau pe propria piele. Ține-le minte, o să ai nevoie de ele mai târziu!

1. Cunoaște-ți abonații

Una dintre cele mai mari greșeli pe care oamenii le fac cu listele lor de abonați este că nu se obosesc să-i cunoască pe aceștia.

Ei cred că îi cunosc și poate cunosc câteva lucruri despre abonați, însă de foarte multe ori asta nu e de ajuns.

Dacă întradevăr vrei să îți mărești veniturile sau vânzările, chiar trebuie să petreci ceva timp pentru a-ți cunoaște audiența și ceea ce vrea ea.

Când a fost ultima dată în care ai făcut un sondaj în lista ta? Serios. Când a fost ultima dată în care le-ai cerut opinia? Îți dai seama ce valoare pot aduce siteului tău doar prin a-i întreba care sunt ideile lor, feedbackul, sugestiile, nevoile ?

Când ți-au dat adresa lor de e-mail a fost doar din cauză că le-ai oferit ceva în schimb. Dacă ei sunt interesați de „dresarea câinilor” atunci oferă-le articole și produse doar din această categorie.

Dacă nu le place modul în care faci un anumit lucru (trimiți un e-mail, scrii un articol) atunci nu mai face asta.

Așadar, unul dintre cele mai importante lucruri pe care poți face pentru a-ți mări veniturile este să-ți cunoști lista. Află ce vor, află la ce răspund, află ce le place!

Planifică-ți e-mailurile în mod strategic. Scoate în evidență acele lucruri de care ei sunt interesați.

2. Construiește sub-liste

Nu îți „irosi” lista primară ținând subscriberii doar pentru acel domeniu. Oamenii poate sunt interesați de ceva specific. Oferă-le un curs, un raport special.

Oferă-le o listă de „avansați” unde se pot înscrie și beneficiază de o anumită ofertă.

De exemplu dacă ai o listă de oameni interesați de dresajul câinilor, spune-le că în curând o să faci cursuri individuale care vor costa X lei, iar dacă vor să se înscrie, trebuie doar să-și introducă e-mailul acolo iar când vei face cursul îi vei anunța.

Știu, faza cu dresatul câinilor e stupidă și nu ar ține în România deloc. Este desigur doar un exemplu ca să înțelegi despre ce vorbesc.

Așadar, ce am făcut? Am segmentat lista. Încă o avem, însă de asemenea avem o listă mai mică de oameni care și-au exprimat interesul în mod deosebit să cheltuie anumiți bani. Cât de valoroasă poate fi acea listă?

Începe să construiești sub-liste pentru lista ta. Și testează, vezi cum îți merge. Poate însemna o creștere financiară destul de frumoasă.

3. „Ajută-i” să-ți citească e-mailurile

Este una să le oferi ceva gratuit în schimbul unui e-book sau curs și este alta să-i faci să îți citească e-mailurile.

Unul din lucrurile care îi pot face pe oameni să-ți citească e-mailurile este să subliniezi chestiile importante chiar înainte de a începe să le povestești ceva.

De exemplu:

Salut Ionuț,

În articolul de azi am să îți spun unul din lucrurile care m-au făcut pe mine să ajung foarte bun când vine vorba de dresajul câinilor. Interesant este că funcționează pentru oricine și sunt încântat să-ți povestesc despre asta pentru a încerca și tu.

Cu stimă,

Andrei

Crezi că oamenii vor citi asta? Desigur! Le-ai descris acolo exact despre ceea ce vor citi în continuare.

Și fii atent o „șmecherie”: Atunci când am spus „pentru a încerca și tu” l-am implicat și pe el. Ceea ce e foarte bine.

Așadar da, va citi mai departe.

4. Identifică-te în email

Uite un simplu lucru pe care poți să îl faci și care îți va face abonații să citească mailurile în număr mai mare. Pur și simplu spune cine ești în primul paragraf din e-mail.

În loc de „Uite ce metodă am găsit despre dresajul câinilor” încearcă „Sunt Andrei H. și am un anunț special pentru tine în legătură cu dresajul câinilor”.

Simplu și eficient.

De ce e așa de important să fie totul personal? Pentru că TU vorbești. Este de la cineva pe care îl cunosc și în care vor începe să aibă încredere.

Poți să încerci această metodă în următoarele tale e-mailuri și să monitorizezi rezultatele.

5. Menționează beneficiile la început

Nu doar că trebuie să te identifiți, acum e timpul să-ți identifiți cititorul.

Poți face asta prin personalizarea e-mailului. De exemplu în Aweber se poate face foarte simplu acest lucru. La fel și în plugin-ul pe care ți l-am arătat de la Wordpress.

Cum faci asta?

Introduci numele cititorului în mail. În loc de „Salut prietene” ai „Salut Ionuț”.

Acum, e timpul să menționezi beneficiul. Uite un exemplu:

Să presupunem că ești un pasionat de chitară (gata cu dresajul de câini ☺) și vrei să le trimiți tuturor celor din listă un e-mail. Și de asemenea să presupunem că în acel mail vei vrea să promovezi un site care vinde un produs despre cum să cânti la chitară.

Buun.

Iată începutul „tradițional”:

Salut Ionuț,

Acum iată începutul în care prezinți beneficiul:

O soluție foarte bună pentru cei ce vor să învețe să cânte la chitară

Salut Ionuț,

6. Trimite-le emailuri în mod regulat

Una din greșelile pe care le făceam frecvent a fost că nu trimiteam destul de des e-mailuri abonaților mei. Eram fixat pe ideea că dacă le voi trimite e-mailuri prea des se vor dezabona.

Și asta e adevărat, însă doar atunci când chiar le trimiți prea multe e-mailuri.

Dacă nu faci altceva decât să le trimiți mesaje promoționale în fiecare zi și nu le dai niciun articol folositor, atunci da. Se vor dezabona cât ai zice pește.

Iar lista ta se va transforma într-una fără valoare financiară.

Așadar, dacă nu le trimiți abonaților tăi mesaje frecvent, te vor uita. Vor uita relația care o au cu tine, sentimentele pe care le au în legătură cu siteul tău.

Uite cum stă treaba: ei se abonează la newsletterul tău. Tu le trimiți un mesaj „de mulțumire”. Nu le mai trimiți un mesaj decât peste o lună.

Ei uită că s-au abonat la lista ta și cred că acel mesaj este SPAM. Apoi se dezabonează. Și uite așa ți-ai pierdut timpul în crearea unei liste valoroase.

Chiar dacă asta sună cam drastic, așa se întâmplă.

În timp ce tu nu vrei să îi supra încarci pe abonații tăi, chiar dacă articolul pe care l-ai scris este unul bun, nu vrei să faci exact ceea ce face ei se așteaptă: să le trimiți mailuri folositoare.

Dacă nu trimiți măcar un e-mail pe săptămână listei tale, riști să îi pierzi valoarea financiară a acestora și relația pe care o ai cu abonații.

7. Uită-te la competiție

Un alt lucru important care te va ajuta să devii mai bun în email marketing este să te abonezi la lista competiției și să analizezi ceea ce fac ei.

Cumpără-le produsul eventual și vezi ce fel de e-mail ți-au trimis înainte și după vânzare. Vezi cum este structurat fiecare mesaj pe care îl trimit.

Poți afla mai multe de la competiție decât găsești într-o mie de cărți. Mai ales dacă acea competiție este într-o poziție mai bună decât tine.

Studiază-le fiecare mișcare, vezi ce fac, cum fac. Ce vând și cum vând.

8. Scrie așa cum vorbești

Un moment cheie atunci când trimiți un mesaj sau scrii un articol este să scrii așa cum vorbești. Nu oficial, nu la persoana a doua plural ci de la prieten la prieten.

Cheia în a scrie așa cum vorbești este să îți aduci aminte mereu că trimiți acel e-mail unui prieten și nu cuiva necunoscut. Scrie ca și cum i-ai spune față în față fiecăruia acel lucru.

Ținte minte: o singură persoană în parte va citi acel e-mail când va ajunge în lista fiecăruia.

Scrie acel email către acea persoană.

9. Folosește-te de evenimente și lucruri la modă

Marketerii deștepți știu că profitul crește atunci când profiți de un anumit eveniment.

Când sunt vândute cele mai multe tricouri cu echipele naționale de fotbal? Da. În preajma campionatelor europene sau mondiale.

Ideea este să iei un eveniment anume sau un lucru la modă și să îl „introduci” în contextul mesajului tău. Trebuie să profiți cumva de acel eveniment și să atragi acea parte a publicului care vrea să îți cumpere un anumit lucru.

De notat: Acum că ți-am spus lucrurile astea, vreau să te mai rog ceva. VREAU să îmi faci o promisiune că NU vei folosi niciodată această tehnică pentru a profita de o anumită frică a oamenilor și de a-i face pe aceștia să cumpere ceva de la tine.

Folosește-te de evenimente, nu de oameni.

10. Trimite-le mailuri clienților pe care îi ai deja

Există o mină de aur acolo așteptându-te pe tine să oferi ceva în schimb.

Dacă ai deja clienți în baza de date, fă-le oferte adiționale. Odată pe lună trimite-le un mail în care le spui despre o ofertă specială pentru cei ce sunt deja clienți.

Îți garantez că vor cumpăra de la tine dacă sunt fericiți de prima comandă făcută. Ei au deja banii pregătiți. Tot ce trebuie să faci tu este să le arăți alt produs.

11. Promovează aceeași ofertă

De un lucru să fii sigur: dacă ceva merge, atunci nu îl schimba.

O mare greșeală mare pe care poți să o faci este atunci când trimiți un email și promovezi acel produs (mai ales dacă o faci prin afiliere) este să îl promovezi doar o singură dată.

Nu. Continuă ciclul de mailuri, mai trimite conținut, apoi trimite-le din nou aceeași ofertă. Fă asta de câteva ori și dacă se vinde în continuare, atunci nu renunța.

Când ceva merge, nu trebuie schimbat. Reține asta.

12. Focusează-te pe un singur lucru

Ține minte, am zis „un singur lucru”, nu mai multe.

Când trimiți mailuri oamenilor spunându-le să facă mai multe lucruri ei se vor întreba: „Ce naiba vrea ăsta să fac? Vrea să vizitez un site? Sa mă înscriu ca afiliat la un alt site. Să descarc altceva. Nici nu mai știu ce să fac”

Mesajele tale promoționale ar trebui să fie focusate pe un singur lucru.

Vorba aia „Make it simple!”.

13. Termină mesajul cu ceva personal

Vrei să generezi mai multă încredere și loialitate din partea abonaților tăi? Vrei ca oamenii să dea click pe linkurile tale deoarece au încredere în tine?

Uite ce trebuie să faci. La sfârșitul mailurilor tale (la toate mailurile) tot timpul termină mesajul cu ceva personal. De genul:

„Și dacă ai orice alte întrebări despre asta, simte-te liber să îmi trimiți mail la nume@domeniu.com. Voi fi încântat să te ajut în orice fel pot.

Cu stimă,

Andrei Hasna"

Sună simplu, nu?

14. Folosește interviuri

Această strategie merge foarte bine când promovezi un produs afiliat.

Poți să contactezi autorul aceluia produs și să-l rogi să-ți răspundă la câteva întrebări.

Apoi le trimiți un mail abonaților tăi unde le explici că ai pregătit ceva special pentru ei. Este vorba de un interviu cu tocmai autorul cărții pe care o promovezi.

Tot ce trebuie să faci este să intre pe siteul tău și să citească interviul.

Iar la sfârșit, tot ce trebuie tu să faci este să recomanzi acel produs.

Și uite așa te-ai făcut cu mai mulți cumpărători!

15. Scrie-ți singur emailurile

Lasă-mă să-ți pun o întrebare: îți cunoști abonații listei tale? Serios. Îi cunoști? Știi ce vor? Știi la ce răspund? Știi care e

comportamentul lor înainte de a cumpăra? Știi ce fel de stil de scris le place?

Da. Îi cunoști! Sau cel puțin asta trebuie să faci.

Așadar, nu lăsa pe nimeni altcineva să le trimită mailuri din partea ta în locul tău. Nici măcar pe autorul cărții pe care vrei să o promovezi.

Da, sigur, el a făcut produsul, el se pricepe la asta. Însă el nu îți cunoaște lista.

Oamenii s-au obișnuit cu tine și pe tine te vor. Altfel nu ar mai fi abonații tăi.

Iar în finalul acestui subcapitol, îți urez să faci cât mai mulți bani cu ajutorul celor scrise de mine. Și să nu uiți un singur lucru:

Nu abuza de lista ta. Sunt și ei oameni.

Ți-ar plăcea să abuzeze cineva de tine? Desigur că nu.

Acum urmează să îți spun cum să scrii un sales letter (o parte importantă atunci când ai un produs de vânzare).

Cum să scrii o scrisoare de vânzare (sales letter)

De ce e nevoie să scrii un sales letter?

Odată ce ți-ai creat un produs sau vrei să promovezi produsul altcuiva, e important să ÎL VINZI. Dacă nu se vinde, atunci ți-ai pierdut timpul degeaba. Ți-am explicat în capitolele de mai sus cum să îți creezi propriul produs, cum poți să ți-l promovezi, iar acum e timpul să îți spun cum îi convingi pe oameni să ți-l cumpere.

Unul din lucrurile care au fost o adevărată provocare pentru mine înainte de a scrie un sales letter a fost că trebuie să mă gândesc dinainte care sunt nevoile și dorințele clientului.

Adevărata putere a unui sales letter vine atunci când reușești să-i insuflă clientului dorința de a cumpăra în așa fel încât să-l îndemne să realizeze această acțiune.

Ce trebuie să faci înainte de a scrie un sales letter?

A scrie e ușor până la urmă. Te pui la calculator și tastezi ce îți trece prin cap din domeniul respectiv. Asta în teorie. Da, sunt convins că orice poate învăța cum să scrie un sales letter bun. Însă e nevoie de un pic mai mult decât atât.

Mai întâi trebuie să știi mai multe despre produsul tău, serviciile pe care le oferi decât oricine altcineva. Ajungând la această parte e mai greu. Să scrii despre asta e ușor.

Acum, să spunem că te-ai gândit să promovezi un produs dintr-o nișă despre care nu știi prea multe, însă pare destul de profitabilă. Ce faci atunci?

Simplu. Înainte chiar de a te apuca să scrii, trebuie să înveți lucrurile esențiale despre nișa respectivă.

Asta o să îți ia un pic de timp, însă dacă vrei ca lumea să cumpere, atunci eu zic ca se merită.

Sau ai putea angaja un copywriter să facă asta în locul tău. Din păcate un sales letter bun te costă cel puțin 500 de dolari. Nu prea am văzut pe nimeni să facă asta pe bani mai puțini și să fie și de calitate.

Uite o listă de idei generale care te vor ajuta să începi:

- 1. Nu te lăsa intimidat de procesul de a scrie un sales letter.** Nu trebuie să fii un geniu.
- 2. Trebuie să recunoști puterea pe care o ai atunci când scrii lucruri dintr-un domeniu** la care te pricepi. Îți oferă un avantaj mult mai mare.
- 3. Organizează-ți ideile pe o foaie de hârtie.** Iar apoi când o să vină rândul, le folosești în sales letter.

4. Gândește ca și cum ai vinde. Însă nu scrie ca și cum ai vinde.

Scrie ca și cum ai povesti cu cititorul tău. Ca și cum l-ai face să simtă toate lucrurile minunte de care poate beneficia atunci când îți va cumpăra produsul.

5. Scrie! Nu te gândi să scrii un sales letter de la început până la sfârșit. Scrie blocuri de text. Apoi organizează-le și pune-le cap la cap.

6. Evită a fi perfecționist! În viață și în afaceri concentrează-te pe a evolua, nu pe perfecțiune. Îți va aduce mult mai multe beneficii. Nu ai nevoie de un sales letter perfect pentru a obține rezultate bune. Trebuie să urmezi doar câteva lucruri de bază.

Buun. Acum hai să vedem care sunt pașii pe care trebuie să-i urmezi pentru a da viață sales letterului tău:

1. Apropie-te de client

Am citit odată undeva că doar atunci poți să înțelegi cu adevărat pe cineva când ai mers un kilometru pe jos în papucii lui. Sau cum zicea Brian Tracy – „trebuie să te culci un pic cu clientul pentru a-l înțelege mai bine”.

Țelul este „înțelegerea”. Pentru a convinge pe cineva, pentru a-l motiva, pentru a vinde ceva cuiva, trebuie să înțelegi cu adevărat acea persoană.

Ca să îl înțelegi trebuie să-ți pui o serie de întrebări. Eu personal am căutat foarte multă vreme și am citit multe cărți până am găsit care sunt acele întrebări. Cum poți să faci profilul unui om pentru a-i vinde ceva?

Așadar...

1. Ce îl ține treaz noaptea, cu ochii deschiși și uitându-se la tavan?
2. De ce îi este frică?
3. Ce anume îl enervează? Cine anume îl enervează?
4. Care sunt cele mai mari trei frustrări zilnice?
5. Ce tendințe pătrund și vor pătrunde în viața lui?
6. Ce își dorește cel mai mult în secret?
7. În ce fel ia deciziile? (De exemplu: matematicienii – iau deciziile în mod analitic)
8. Cine altcineva vinde ceva similar cu ce am eu și cum?
9. Cine altcineva a încercat să-i vândă ceva similar și cum a eșuat efortul lui?

Așadar, pasul întâi este să analizezi, înțelegi și să te conectezi cu clientul.

În unele cazuri o să ai o grămadă de date demografice și statistici despre clienții tăi din propria ta bază de date.

Ar trebui să le mai știi vârsta, venitul și hobbyurile.

Odată ce ai început să-ți identifici clientul, vei fi în măsură să determini ceea ce vrea. Scrie acele lucruri și ordonează-le după prioritate.

2. Ce e cel mai important pentru cel ce îți va citi sales letterul?

Acum ceva vreme, pe când eram încă în liceu, profesorul de matematică a venit la noi să ne vândă o carte pentru Bacalaureat. A stat vreo 20 de minute și ne-a explicat fiecare lucru din acea carte: funcții, integrale, teorii, teoreme. Iar la sfârșit, o colegă i-a răspuns: *„Eu am o singură întrebare. Mă va ajuta acea carte să-mi iau BAC-ul?”*

Aproape de fiecare dată când pășesc într-un magazin de produse electronice văd aceeași greșeală. Vânzătorul le spune clienților tot ceea ce e mai important pentru el despre acel produs, dar niciodată nu se gândește ce e important pentru ei.

O astfel de greșeală poate fi făcută mult mai ușor într-un sales letter, deoarece aici nu poți beneficia de feedback din partea cititorului. De aceea trebuie să determini clar și precis care sunt prioritățile clientului.

Pune-te în pielea clientului și adresează-ți următoarele întrebări:

1. Care este beneficiul meu din toată treaba asta și ce justifică prețul?
2. Cine altcineva a ales acest produs? (Cum pot să-mi justific acțiunea?)
3. De unde fac rost de bani pentru a-i da pe produs? (Ce alte costuri mai am dacă o să îl cumpăr?)

3. „Pătrunde” în produs

În timp ce pătrunzi în mintea și inima cititorului, e necesar să pătrunzi și în produsul tău.

Atunci când scrii un sales letter pentru a promova un produs, „pătrunde” în acel produs. Joacă-te cu el, testează-l, rupe-l în bucăți și pune-l înapoi, chiar fă o demonstrație, așa cum un vânzător ar face.

4. Construiește o listă de trăsături și beneficii a produsului

Ia o foaie A4 și taie-o în bucățele mici cât o carte de vizită. Apoi scrie pe fiecare bucată câte un beneficiu. După aceea ordonează-le după importanță. Te va ajuta mult mai ușor să le ai în vedere.

Ține minte, am spus o listă de „trăsături și beneficii”. Mulți cad în capcana asta. De a prezenta doar trăsăturile, fără beneficii.

Există o vorbă mare: „Oamenii nu cumpără lucruri pentru ceea ce ele sunt. Le cumpără pentru ceea ce știu să facă”.

5. Crează o listă de defecte ale produsului

O să ți se pară un pic straniu. Însă atunci când identifici care sunt principalele defecte ale produsului și ce îi împiedică pe clienții tăi să îl cumpere, ai făcut un pas foarte important.

Adresează-le cititorilor întrebări, obiecții și îngrijorări în legătură cu produsul.

Gândește-te de ce nu răspund la sales letter. De ce nu cumpără?

Oamenii sunt niște creaturi foarte aiurea uneori. Poți să le prezinți produsul perfect, iar ei să spună „NU”. Există o mulțime de motive pentru care fac asta.

Din nou, poți să rupi o foaie A4 în bucățele mici, iar pe ele să scrii o listă de motive pentru care nu răspund la sales letter.

Atunci când prezinți propriul produs, ai grijă să nu fie PREA PERFECT. Chiar dacă e, unii oameni nu îl vor cumpăra tocmai din acest motiv – „e prea bun să fie adevărat”.

Spune cu sinceritate care sunt dezavantajele produsului tău și înfruntă-le

Nu există ofertă sau produs sau serviciu pe suprafața Pământului, Lunii, Soarelui sau a lui Marte care să nu aibă și dezavantaje.

Nimeni nu e perfect și toată lumea știe asta.

Odată ce ai realizat asta și începi să discuți deschis cu cititorul tău despre dezavantaje, credibilitatea ta va crește în ochii clienților.

Acum e timpul să îți arăt cum să scrii un sales letter de la cap la coadă. Mai exact un sistem pe care și eu îl folosesc și care are un pic de succes.

Spre rușinea mea nu mai știu cine a inventat acest sistem, însă funcționează foarte bine.

Se numeste A.I.D.A.

A – Atenție

I – Interes

D –Dorință

A- Acțiune

I. Partea de Atenție se află în headline. Headlineul se referă la acel titlu mare și îngroșat de la începutul unui sales letter. Dacă nu atragi atenția cu acel titlu, ai terminat chiar înainte de a începe.

De exemplu: „**Cum să-ți dresezi singur câinele**” – acesta este un headline

II. Partea de Interes – trebuie să captezi interesul cititorilor tăi odată ce le-ai stârnit atenția. Cea mai bună metodă de a face asta este prin a răspunde la acea întrebare pe care și-o pune clientul: „Și mie ce îmi iese?”

III. Dorință – Trebuie să creezi o dorință puternică în cititorul tău. O cale de a face asta este prin a introduce câteva bonusuri în produs. Aici este partea în care pui testimonialele.

IV. Acțiunea – Iar în final, lucrul pe care vrei să-l faci toți cititorii. Să ia acțiunea de a-ți cumpăra produsul. De multe ori poți să mărești numărul celor care cumpără prin a pune o reducere a produsului dacă vor comanda acum.

Așadar, primul lucru pe care trebuie să îl faci atunci când cititorul intră la tine pe pagină este să-i captezi atenția. Oamenii nu au timp, de obicei sunt foarte grăbiți atunci când navighează pe net.

Așadar, cum ai putea să le răpești cele 5 minute din viață? Intră în mintea lor și gândește-te unde le e gândul în acel moment.

Întrucât fiecare se gândește la ceva tot timpul, ai de făcut două lucruri:

1. Întrerupe-le preocuparea

2. Intră în conversația care există deja în mintea lor

Lucrul acesta îl faci cu un headline puternic. Uite întrebările la care trebuie să reflectezi înainte de a face asta:

Și ce dacă?

Cui îi pasă?

Mie ce-mi iese?

De ce mă deranjezi?

Dacă ai răspunsuri bune la toate cele 4 întrebări, ai găsit headlineul perfect.

Uite cam ce anume ai putea să faci:

1. Identifică profilul exact al cititorului și vorbește-i doar lui.

Headlineul tău trebuie să stârnească interesul doar persoanei cu care vorbești și atât.

2. Oferă-i cel mai mare avantaj pe care îl poate avea din produsul tău

Practic răspunde la întrebarea „Mie ce îmi iese?”.

3. Headlineul tău ar trebui să facă cititorul să vrea să citească mai departe

Știi care e cea mai puternică emoție umană? Curiozitatea. Fă-l curios!

Un headline bun va începe aproape întodeauna cu „Cum să...”.

Așadar, ce vor oamenii? Ei vor să evite durerea și să „găsească” plăcerea. Vor să fie fericiți. Să fie fără griji, să evite discomfortul, să nu se facă de râs.

CAPITOLUL IV:

CUM SĂ FACI BANI DIN PRODUSELE ALTORA

În acest capitol:

- ✓ care este motivul numărul 1 pentru care toți ceilalți nu fac bani din produsele altora și cum poți să îl eviți foarte ușor...
- ✓ cum trei simple criterii de a alege domeniul în care vrei să vinzi produsele altora te pot salva de o grămadă de timp pierdut. Imaginează-ți fiind în stare să găsești domeniul din care vei scoate cei mai mulți bani în cel mai scurt timp...
- ✓ care este modalitatea corectă de a promova un produs ce îți poate aduce de două ori mai mulți bani, încă din prima zi...
- ✓ Și multe multe altele...

Cum să câștigi bani prin afiliere?

Acum că ai un site, poți alege opțiunea de a deveni afiliatul altcuiva și de a câștiga bani din asta.

Așadar, ce este un afiliat? Un afiliat este o persoană sau o companie care trimite vizitatori spre un site în schimbul unui comision. Există mai multe metode prin care un afiliat poate să obțină asta. Unii afiliați câștigă comisionul pe click sau pe emailul adus, iar alții iau comision pe vânzarea unui produs.

Pe cea de-a treia categorie o să ne axăm noi, deoarece este cea mai populară și cea mai productivă.

Deseori un afiliat va crea un site pentru a trimite trafic spre celălalt site pe care există produsul deoarece vrea să-l vândă. Abilitățile afiliatului combinate cu calitatea produsului poate aduce succes de ambele părți deseori.

În acest fel, deținătorul produsului îi plătește afiliatului doar atunci când acesta îi vinde un produs. Un afiliat poate câștiga chiar și până la 75% pe vânzare.

Cum poți deveni un afiliat?

E foarte simplu și ușor. Am discutat despre asta în capitolul despre **Cum să-ți alegi o nișă**.

Cea mai mare parte a afiliaților își încep călătoria cu clickbank.com. ClickBank este cea mai mare piață online din lume, cu sute de mii de oameni care își vând produsele digitale.

Există o varietate de astfel de produse pe ClickBank, cum ar fi e-Bookuri, software sau alte ghiduri din mii de domenii diferite.

Înscrierea la ClickBank e gratuită. Trebuie doar să mergi pe www.clickbank.com și să apeși pe linkul de sus unde scrie „Sign up”.

Îți va fi prezentat un formular. Introdu-ți detaliile apoi după ce ești gata, poți începe să câștigi bani.

După cum spuneam, ClickBank este foarte simplu și bine organizat. Îți permite să vizualizezi câți vizitatori ai trimis spre un site, câte vânzări ai generat și câți bani ai câștigat.

Acum hai să începem cu începutul ☺

Cum să faci bani prin afiliere?

...sau mai bine spus cum faci bani vânzând produsele altora?

Este foarte important să reții lucrurile de bază. Să ai o fundație în marketingul afiliat. Eu ți-am arătat cum să îți găsești nișă, un produs, chiar cum să aduci trafic.

Acum o să luăm toate lucrurile astea și o să le dezvoltăm în marketingul afiliat.

Cei patru pași ai unui model de afiliere

Există patru pași ai unui model de afiliere pe care vreau să ți-i explic.

1. Strategia sau planul de atac

Primul pas al unei afilieri este să îți pregătești un „plan de atac”. Aceasta va fi strategia de a vinde produsele prin linkul tău de afiliat.

2. Selecția nișei

După ce ai înțeles cum faci bani ca și afiliat, este timpul să iei câteva decizii. Trebuie să îți selectezi piața, un produs pe care vrei să îl promovezi, un nume de domeniu pentru a-ți construi siteul pe care vei promova produsul.

3. Crearea blogului și a listei de abonați

Acum că ai toate lucrurile la locul lor, este timpul să creezi două lucruri fundamentale care îți vor permite să câștigi foarte mulți bani ca și afiliat: un blog și o listă de abonați.

4. Vânzarea produsului sau a produselor

Majoritatea lucrurilor pe care le vei face, o să fie în acest pas.

Acesta este locul unde îți vei promova linkul de afiliat încontinuu.

Există o mulțime de metode de a face asta. Unele le-ai învățat deja în capitolul despre produse.

Buun, hai să le luăm pe rând.

Strategia sau planul de atac

Primul lucru pe care trebuie să îl faci este să îți creezi un plan de acțiune pentru următoarele săptămâni și chiar luni.

O să îți spun în continuare de ce este așa de important să faci asta înainte de a începe promovarea.

Sfat: crează un blog și o listă de abonați care îți vor aduce vânzări prin linkul tău de afiliere.

Știu la ce te gândești acum: „nu ar trebui să îmi promovez linkul de afiliat? Nu așa se face?”.

O să ajungem și la partea asta. Ba chiar ai putea să faci cum zici tu, însă dacă vrei să câștigi mulți bani, atunci ascultă-mă mai departe.

Hai să îți spun care este cheia succesului cu marketingul afiliat, apoi vom reveni la acest pas. Fii atent:

Uite cum foarte mulți oameni își promovează oferta lor de afiliat:

Pur și simplu iau linkul de afiliat și îl trimit oamenilor. Iar aceștia intră direct pe siteul unde se vinde produsul.

Am două întrebări pentru tine:

1. Cine beneficiază primul de asta?

2. Ce se întâmplă cu cei ce nu cumpără?

Gândește-te la asta pentru un moment. Când trimiți un vizitator pe o pagină de vânzare, cine beneficiază primul de efortul tău?

O să îți dau un indiciu: **NU EȘTI TU ACELA!**

Cel ce a creat produsul beneficiază de asta. De ce? Deoarece dacă acea persoană este deșteaptă, va avea un newsletter pe siteul lui pe care se pot înscrie vizitatorii pe care îi trimiți tu. Apoi, după ce se va înscrie, el va încerca să-și promoveze produsul din nou și din nou acelei liste.

Așadar în timp ce tu îi faci rost de acel subscriber, nu ești plătit deloc pentru efortul pe care l-ai depus.

Să trecem la următoarea întrebare...

În mod normal, un sales letter are o rată de conversie în jur de 2%. Asta înseamnă că 98 de oameni din 100 pe care îi trimiți pe acea pagină NU vor cumpăra. Ce se întâmplă cu acești oameni?

Ori dispar și nu îi vei mai „vedea” niciodată, ori se înscriu la **acel** newsletter oferit de siteul autorului produsului și beneficiază de alte oferte trimise prin email.

Dacă stai să te gândești, asta e înseamnă o grămadă de timp pierdut. Din fericire există o cale mai bună. O cale **MULT** mai bună.

Iar pe scurt această cale înseamnă: **„ia-i adresa de e-mail a aceluia om mai întâi!”**.

Uite calea mai bună:

1. Crează-ți propria listă pe blogul tău. Așa cum te-am învățat, oferă ceva gratuit pentru ca oamenii să se înscrie la newsletterul tău. Poate fi orice. Doar ține minte asta:

- o informație care va interesa publicul țintă pe care îl ai

- informație foarte apropiată cu ofertele pe care le promovezi ca și un afiliat

Iar după ce ai lista creată, fă asta:

2. Focusează-te pe lista proprie în schimbul linkului de afiliat. Obiectivul tău principal ar trebui să îți construiești propria listă, nu cea a altcuiva. Astfel vei putea promova și alte oferte tot timpul, acelor oameni.

3. Redirecționează-i spre linkul tău de afiliat. Atunci când faci pagina de „thank you”, după ce și-au confirmat adresa de e-mail, pune un link pe care scrie „Apasă aici pentru a continua”. Iar în acel link pune linkul produsului pe care îl promovezi ca și afiliat.

Așa cum te-am învățat în capitolul despre produse, trebuie să faci astfel:

Construiește-ți lista!

Fă-ți un brand! – numele domeniului tău, lista etc.

Lucrează la credibilitate – prin conținutul pe care îl oferi

Și cu toate astea, tot îi vei trimite pe siteul ofertei pe care o promovezi. Doar că acum îi ai în lista ta.

4. Ține-ți lista pe termen lung. Acum că îi ai acolo e timpul să construiești o relație cu ei. Oferă-le articole din acel domeniu. Și nu numai atât. Promovează chiar alte oferte relevante cu nișa în care te afli.

Există foarte multe avantaje atunci când le iei adresa de e-mail.

- ai oportunitatea de a promova linkul tău de afiliat de mai multe ori prin mai multe articole, pdfuri etc.

- ai ocazia de a crea o relație cu ei și de a le câștiga încrederea și de asemenea – banii.
- ai ocazia de a promova mai mult decât un singur produs
- ai oportunitatea de a le învăța modul în care cumpără, să vezi care e rata de conversie și cum să îi faci să cumpere mai mult.

Buun. Acum ține minte, aceasta este **STRATEGIA**.

Cum să-ți selectezi nișa

Acesta este al doilea pas al modelului de afiliere. Acum e nevoie să iei câteva decizii referitoare la programul tău de afiliere.

1. Ce tip de nișă vei alege?

Primul lucru pe care vreau să îl faci este să alegi o nișă mare pe care îți vei axa domeniul.

De exemplu: nișa despre „cum să slăbești”.

Oamenii interesați de această nișă: cei care vor să afle cum să slăbească sau să fie în formă

Ține minte, am spus o nișă mare. Nu una mică. În loc să găsești o nișă, să crezi o ofertă pentru aceasta apoi să te grăbești spre altă nișă..

...mai bine găsește un public țintă și construiește-ți afacerea în jurul aceluia grup de subscriberi, oferindu-le mai multe oferte.

Nu ai nevoie de milioane de nișe ca să faci bani online. Ai nevoie doar de un public țintă bun. O să simplific lucrurile pentru tine. În loc să te orientezi spre nișe mici, orientează-te spre nișe cu o audiență mai mare și cu oferte mai bune.

Ideea este să găsești oameni care vor cumpăra de mai multe ori de la tine!

E o strategie pe termen lung. Tu vrei să promovezi mai multe oferte legate de acel domeniu.

Ca și afiliat, vei găsi o mulțime de alte oferte. Așa o să îți poți convinge subscriberii să cumpere de mai multe ori de la tine.

Uite cele trei criterii după care să îți alegi publicul țintă:

- 1. Un public țintă obișnuit să cheltuie bani**
- 2. Un public țintă căruia îi poți prezenta mai multe oferte**
- 3. Un public țintă de care ești atras (nu mă înțelege greșit – m-am referit la faptul că îți place domeniul respectiv)**

Pentru a vedea categoriile, te duci pe www.clickbank.com la secțiunea Marketplace. De acolo îți poți alege foarte multe domenii.

Buun, hai să trecem la decizia numărul doi.

2. Ce tip de produs vei promova?

Mie mi se par cele mai bune, produsele „informaționale”, de genul PDFurilor. Desigur, poți alege să promovezi ce vrei tu.

Acum, înainte de a decide ce produs vom promova, trebuie să ai în minte trei lucruri. Chiar dacă poți să promovezi orice dorești tu, cu aceste trei lucruri în minte vei câștiga mai mulți bani pe termen lung:

1. Produse scumpe

Găsește un program de afiliere care vinde produse scumpe. Este mult mai bine așa deoarece primești mai mulți bani pe vânzare. De exemplu dacă vinzi un produs de 27 de dolari prin afiliere vei primi undeva în jur de 13 dolari. Dacă promovezi unul de 997 de dolari, vei primi 498 de dolari la vânzare. Desigur, există și un dezavantaj. Este mult mai greu să convingi pe cineva să cumpere un produs de 997 de dolari decât unul de 27 de dolari.

2. Oferte multiple

Un alt lucru pe care vreau să îl ai în minte este faptul că acel program de afiliere ar trebui să aibă mai multe oferte. Mai multe produse. În alte cuvinte, dacă un vizitator cumpără Produsul1 de la ei, apoi, cumpără produsul2, 3 și așa mai departe, vei primi un comision pentru fiecare vânzare făcută.

3. Venit pasiv

Cea mai bună variantă care există atunci când vine vorba de a promova un produs este să te gândești la venitul pasiv.

Ok, să mă fac înțeles. Găsește produse pentru care clienții trebuie să plătească lunar. Ca și un fel de abonament. Așa, în fiecare lună tu primești un comision. Iar atât timp cât acel client va sta în acel program, tu vei primi bani. Ce frumos, nu?

Buun, acum e timpul să te duci pe www.clickbank.com și să faci ce te-am învățat. De asemenea recitește capitolul despre **Cum să câștigi bani din propriul produs**. Te va ajuta mult.

Despre ceilalți doi pași nu voi mai discuta deoarece nu are rost să mă repet.

La pasul trei – **Crearea** – poți să consulți capitolul „**Cum să-ți faci un site**”. Și de asemenea pentru crearea unei liste, capitolul anterior. Ai acolo o grămadă de informații folositoare.

Iar la pasul patru – **Vânzarea** – consultă sub-capitolul **Cum să-ți mărești veniturile din newsletter**.

Acestea fiind spuse,

Îți urez mult succes în găsirea unui program de afiliere foarte bun și să câștigi atât de mulți bani cât ți-ai dorit dintodeauna!

CAPITOLUL V:

CUM SĂ FACI BANI DIN REȚELELE CPA

În acest capitol:

- ✓ **care este "secretul" ce te va face sa fii acceptat într-o rețea CPA** de care 90% dintre cei ce vor să fie acceptați nu știu. Trebuie doar să folosești această tehnică simplă și ai garantat accesul în rețelele care plătesc cele mai mari comisioane.
- ✓ **care sunt lucrurile esențiale pe care trebuie să le cunoști despre CPA. Și cum să folosești asta în avantajul tău pentru a face bani încă din prima zi.**
- ✓ **de ce o ofertă CPA ce plătește puțin poate fi mai bună pentru siteul tău decât una ce plătește mult** și cum poți folosi asta pentru a genera maxim de profit.
- ✓ **și mult mai mult...**

Ce înseamnă CPA?

Prima dată când am auzit de CPA nu mi se părea că e mare lucru.

CPA înseamnă COST PER ACTION și mai simplu se referă la faptul că CPA este un sistem prin care primești un comision de fiecare dată când aduci trafic pe siteul cuiva și acel trafic „execută” o anumită acțiune: își introduce un e-mail, cumpără un produs, completează un formular etc.

Gândește-te la acest comision ca și o răsplată pentru munca depusă de tine.

Deci de exemplu, dacă redirecționez trafic spre un site de produse, iar userul cumpără unul dintre produsele respective prin linkul meu de afiliat CPA, sunt plătit cu un comision din acea vânzare.

Nu am de gând să te plictisesc cu întreaga istorie a marketingului prin CPA. O să trec la subiect.

Acum că știi ce înseamnă un CPA și ai o idee despre cum funcționează e timpul să discutăm despre rețele diferite de CPA.

Sunt tone de astfel de rețele.

Mai jos ai o listă cu patru rețele pe care eu le recomand.

Global Direct Media - www.globaldirectmedia.com – Acesta are oferte excelente din Anglia și SUA. Ofertele sunt diferite și tot timpul vin cu altele noi din diferite nișe.

Maxbounty - www.maxbounty.com - O altă rețea grozavă. Plătește foarte bine. Ceea ce îmi place mult 😊

Hydra Network - www.hydranetwork.com – Și asta are oferte grozave.

CPALead – www.cपालead.com – Aceasta din urmă am început să o folosesc de curând. Tot ce pot să-ți spun este că sunt oameni acolo care fac chiar și 10 mii de dolari pe zi.

Tipurile de oferte ale rețelelor CPA

Frumusețea marketingului afiliat prin CPA constă în faptul că nu există limită în câți bani poți să faci. Sunt oameni care fac peste o mie de dolari pe zi din ofertele CPA.

Totul depinde de „tipul de ofertă” pe care o promovezi și cum intenționezi să o promovezi.

În următoarele rânduri o să îți arăt diferite tipuri de oferte și care este semnificația lor. Așadar urmărește-mă cu atenție:

O ofertă ce plătește puțin

Să iau un exemplu: există oferte care îți dau 3 dolari atunci când cineva descarcă un anume soft pe calculatorul lui.

Sau când un user își instalează un toolbar – ești plătit cu câțiva dolari pentru fiecare om ce face treaba asta.

Acest tip de oferte sunt pe cât se poate de realiste și implică un efort minim din partea utilizatorului. Tot ce trebuie să faci este să descarce ceva sau să-și introducă o adresă de e-mail.

Desigur, nu toate te plătesc cu 3 dolari. Sumele pot începe de la 50 de cenți, 1 dolar, doi dolari.

O ofertă care plătește mult

Există oferte care te plătesc foarte mult, până la 40 de dolari. Aici însă userul trebuie să cumpere un anumit lucru și să plătească pentru el.

Aici este un pic mai complicat, deoarece necesită mai multă gândire din parte userului.

Mai există de asemenea oferte care plătesc oamenii să își bage numărul de telefon. Am nimerit astfel de oferte. Și pot să îți spun că plătesc destul de bine! Chiar până la 6-7 dolari pe acțiune.

Ok, acum însă mai rămâne un lucru de rezolvat. Datorită faptului că o rețea CPA nu acceptă pe toată lumea, e timpul să vedem cum poți face să fii acceptat.

Cum poți să fii acceptat într-o rețea CPA?

Singura întrebare pe care toată lumea și-o pune: „cum pot să fiu acceptat într-o rețea CPA?”

Zilnic mulți oameni sunt respinși de rețelele CPA deoarece nu urmează un plan simplu și coerent care i-ar scuti de aceste lucruri.

Recunoaște – când îți cauți o slujbă primul lucru pe care îl faci este să îți introduci detaliile personale. Apoi răspunzi la întrebarea principală:

De ce vrei această slujbă?

Același principiu poate fi aplicat și într-o rețea CPA.

De ce vrei să fii acceptat în rețeaua CPA?

Hai să presupunem că vrei să te înscrii în CPAul **Global Direct Media** –

www.globaldirectmedia.com

Dacă nu ai un site, trebuie să îți faci unul. Nu-ți fă griji, am discutat despre asta în capitolul „Cum să îți faci un site?”.

Primul lucru pe care trebuie să îl faci este să te înscrii. E simplu, intră pe această pagină:

https://partners.globaldirectmedia.com/affiliate_signup.html

După cum vezi există mai multe câmpuri pe care trebuie să le completezi.

[illegible]

Ca să îți introduci datele personale e simplu. Doar adaugă numele, prenumele, codul poștal, adresa, emailul, numărul de telefon etc.

Iar ca și Tip de plată, poți selecta PayPal. Eu de obicei așa fac. Mi se pare foarte bună metoda.

Următorul lucru important este să introduci informații despre siteul tău.

Asta e de departe cel mai important! Totul depinde de asta dacă ești acceptat sau nu.

Acum urmărește-mă cu atenție:

Site Information

Website URL

Site Name

Please provide a detailed description of your website.

Please select a category for your website.

Select the structure of your website.

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

Category

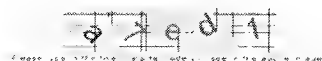
Category

Category

Category

Category

Category



Select a category

Primul lucru – introdu-ți adresa siteului. Dacă în acest moment nu ai un site, atunci așteaptă până ai terminat cartea, apoi construiește-ți unul cu ajutorul datelor din capitolul despre siteuri pe care l-am scris special pentru tine.

Apoi, selectează tipul de site. În majoritatea cazurilor categoria va fi „Website”.

Ți se va pune o întrebare: „Cum vei promova ofertele noastre?”

Această parte este esențială. Ai grijă să îi acorzi toată atenția ta. Oricum, nu e chiar așa de greu.

Uite un exemplu:

„Ca și un expert în marketing nu numai că sunt pasionat despre diferite aspecte ale marketingului pe internet dar de asemenea familiar cu

diferite nișe. Așadar, intenționez să promovez ofertele folosind diferite strategii de marketing online.

„În primul rând, vreau să promovez prin Email (aici explici cum)

În al doilea rând, vreau să aduci vizitatori din Google prin SEO.

Siteul meu face parte din categoria (aici explici nișa) iar asta cred că este o oportunitate excelentă pentru mine.

În final vreau să spun că siteul meu oferă metode suficient de precise în legătură cu ceea ce voi promova.

Dacă sunt acceptat, voi căuta să mai adaug și alte siteuri pe viitor și din alte nișe.

Aștept cu nerăbdare răspunsul dumneavoastră”

Desigur, toate astea le spui în engleză. Limba pe care o vei folosi și toate siteurile pe care le ai trebuie să fie în engleză pentru a fi acceptate.

După cum vezi, răspunsul este detaliat și trebuie să conțină toate lucrurile principale.

Metodele de promovare

Experiența pe care o ai

Tipul de site pe care îl ai

Poți să folosești acest model pentru a te înscrie în CPA. Ar trebui să te accepte fără probleme.

Daaar.. după cum spuneam..

Ai nevoie de un site pentru a fi acceptat într-o rețea CPA

Da, este adevărat. Ai nevoie de un site pentru a fi acceptat în rețeaua de afiliere CPA. Totuși, majoritatea oamenilor care sunt respinși de către CPA fac simple greșeli prin simplul fapt că nu au siteul potrivit sau siteul lor nu are conținutul potrivit.

Așadar, ce fel de site ai nevoie pentru a fi acceptat?

Mie îmi place să țin lucrurile simple. Mă focusez pe crearea unui site mic, simplu și targetat pe o nișă. De exemplu nișa „beauty” – frumusețe este foarte „la modă” deoarece există TONE de rețele CPA care oferă foarte multe astfel de oferte.

Ai putea de asemenea să creezi un site din nișa „weight loss”. Are și ea foarte multe oferte CPA.

Pentru a-ți face un site, e nevoie să cauți un cuvânt cheie potrivit.

Aici intervine Capitolul „Cum să găsești nișa potrivită”. Am să te rog să-l recitești, apoi să mergi la capitolul despre siteuri și despre cum să-ți instalezi un blog.

Asta ar trebui să-ți ajungă.

Acum ține minte un lucru: Obiectivul pentru a crea un astfel de site este să fii acceptat de către CPA în programul lor. Nu trebuie să îl folosești pentru a le promova ofertele odată ce ești acceptat. Odată ce

ți-a fost activat contul poți să creezi o grămadă de altfel de siteuri axate pe alte nișe, la alegerea ta.

Oferte de stimulare

De asemenea vei fi întrebat dacă încurajezi astfel de oferte. Asta înseamnă dacă plătești cuiva bani pentru a-ți completa oferta. Pur și simplu spune nu și rămâi la subiect.

CPAurile nu prea aprobă siteurile care oferă stimulări financiare vizitatorilor în schimbul adreselor lor de email sau mai știu eu ce. Deoarece acest lucru este considerat „Fraudă”.

Așa că ai grijă – joacă după regulile lor.

Odată ce ai un site și te-ai înscris în 5-10 rețele CPA e timpul să faci o căutare pentru a vedea ce tipuri de oferte poți promova.

Keyword researchul și ofertele CPA targetate

Ofertele pe care le vei promova vor depinde de obiectivele tale. În rândurile ce urmează am să îți arăt câteva metode de a promova diferite oferte CPA în funcție de popularitatea lor.

Primul lucru pe care trebuie să îl faci este să te autentifici în contul tău de afiliat CPA.

O să observi că toate ofertele sunt categorisite în funcție de anumite domenii. Asta e bine deoarece te lasă să alegi nișe diferite.

Să spunem că vrem să ne axăm pe categoria „Travel”. Rețeaua CPA îți va afișa oferte diferite din acest domeniu. Oferte gata să fie promovate.

Primul lucru pe care trebuie să-l iei în seamă este EPC-ul acestor oferte.

EPC înseamnă „Earnings per click” (Câștig pe click). Este calculat împărțind comisionul la numărul de clickuri generate. EPC-ul îți va da de asemenea o estimare a cât de bine merge campania ta de promovare.

De exemplu dacă ai un număr mare de clickuri dar comisioane mai puține, asta va însemna un EPC mai mic. Așadar – **cu cât EPC-ul este mai mare cu atât campania este mai bună pentru siteul tău.**

Al doilea lucru pe care trebuie să-l observi este cât plătește pentru acțiune. De obicei câțiva dolari. Apoi, al treilea lucru este țara în care poate să apară oferta. Unele oferte pot fi completate doar din SUA, altele din Anglia doar etc.

Asta înseamnă că vizitatorii de pe siteul tău ce sunt din acea țară vor putea să completeze oferta respectivă.

Astea fiind spuse, sunt de părere că rețelele CPA pot reprezenta o sursă foarte importantă de venit mai ales dacă înveți cum să te descurci cu ele.

CAPITOLUL VI:

CUM SĂ-ȚI FACI PROPRIUL SITE

În acest capitol:

- ✓ **cum cunoașterea unor mici detalii despre siteuri te poate scuti să arunci sute de euro unor programatori pentru a-ți construi unul.**
- ✓ **care sunt cele mai importante și absolut necesare lucruri pe care trebuie să le știi despre siteuri înainte de a-ți începe propria afacere online**
- ✓ **cum să îți alegi în mod corect serviciul de hosting pentru siteul tău și de ce 95% dintre cei ce își încep o afacere online aruncă banii degeaba pe hostinguri ce nu li se potrivesc**
- ✓ **care este modalitatea corectă de a-ți alege un domeniu și cum te poate ajuta să-ți creezi un brand solid în cadrul afacerii tale**
- ✓ **Și multe alte lucruri...**

Pe scurt despre siteuri și bloguri

Acum că ai citit capitolele anterioare e timpul să decizi dacă următorul tău proiect o să fie un site sau un blog.

Nu, nu trebuie să fii programator pentru a face asta. Ba chiar nu trebuie să ai habar DELOC de partea tehnică. Am să îți explic totul în pașii următori.

De ce nu e nevoie să cunoști programare pentru a avea succes online?

Răspunsul este simplu. Pentru că s-au inventat atâtea softuri care fac toată treaba în locul tău încât e mai simplu decât să cumperi o pâine de la magazin. Știu foarte mulți tipi care au succes online fără să știe măcar o iotă de programare.

Și atunci care e cheia? Pe internet trebuie să te focusezi asupra lucrurilor care au o importanță deosebită, care să-ți aducă banii. Trebuie să crezi înspre evoluție, nu înspre perfecțiune. Ai nevoie de câteva cunoștințe despre marketing, vânzări, despre cum să-ți promovezi propriul produs etc. Lucruri pe care le-ai citit deja în capitolele anterioare.

Și totuși, cum fără a avea un site e mult mai greu să cunoști succesul online, nu putem trece peste acest pas. Am să te rog să mă urmărești cu atenție în cele ce urmează.

Care este diferența dintre un blog și un site?

Chiar mă gândeam dacă e nevoie să cunoști această diferență. Ei bine, trebuie să știi doar atât: tipurile de afaceri online ce sunt prezentate în capitolele anterioare au de-a face cu două tipuri de pagini web: un site static, un blog și un site dinamic.

Ce este un site static?

Un site static reprezintă un ansamblu de pagini web care nu se schimbă. Care rămân aceleași. Să îți dau un exemplu. Ai văzut vreodată un site de prezentare al unei firme? Pe prima pagină are o mică descriere a ceea ce face, apoi mai există pagina de contact, unde are datele firmei, pagina „Despre noi”, pagina „Testimoniale” etc.

Acele pagini rămân aceleași, nu se schimbă. De obicei un site static are foarte puține pagini.

Pentru a avea un astfel de site nu e nevoie să instalezi „un program” (o platformă) pe hostigul tău. El are nevoie doar de simplu HTML și CSS. Dar nu-ți face griji, există o grămadă de generatoare de siteuri web statice. Ia un exemplu Macromedia Dreamweaver sau Front Page (de preferabil primul).

Ce este un site dinamic?

Un site dinamic reprezintă un ansamblu de pagini web care se generează automat cu ajutorul unui script (unei platforme). Ok, probabil nu mă înțelegi.

Să luăm un site de articole. Acolo în fiecare zi se adaugă câte un nou articol. Iar paginile sunt foarte multe, de la câteva zeci la câteva mii sau chiar zeci de mii.

Aici persoana care a făcut siteul are două opțiuni: una dintre ele este să știe programare și să-și creeze propriul script sau doi, să instaleze platforma de care îți tot vorbeam.

Prima opțiune mi se pare pur și simplu o pierdere de vreme, mai ales dacă nu știi programare și vrei să înveți sau chiar să plătești pe cineva.

Nu spun că nu e bine să faci un astfel de site dacă o platformă nu îți oferă opțiunile pe care le dorești, însă se pot câștiga bani foarte mulți și fără.

Există mai multe astfel de platforme sau CMS-uri (Sisteme de management al conținutului). De exemplu Joomla, Drupal, Mambo etc. Chiar și Wordpress e printre ele, însă Wordpress tinde mai mult spre un blog.

Ce este un blog?

Fiecare are propria definiție pentru un blog. Un blog este de obicei un jurnal online. Un loc unde tu scrii tot felul de chestii personale sau din domeniul care te pasionează, iar alții vin, citesc și îți lasă comentarii. Cam asta e cea mai simplă definiție pe care o cunosc.

Ca să ai un blog e foarte simplu. Ori intri pe blogspot.com și îți creezi unul, ori îți cumperi un domeniu pe care instalezi Wordpress, acea platformă de care îți ziceam mai devreme.

E de recomandat a doua variantă deoarece îți dă mai multă libertate când vine vorba de modificarea unei părți din design sau pur și simplu adăugarea unui nou plugin.

Ce tip i se potrivește afacerii mele: site dinamic, site static sau blog?

După cum ai văzut, te-am învățat despre patru tipuri de afaceri online în capitolele anterioare.

Pentru o afacere din care vrei să câștigi bani cu Google AdSense o să ai nevoie cel mai probabil de un site dinamic sau blog.

Adică pur și simplu instalezi Wordpress și îl transformi într-un site fără alte complicații. Am să îți explic mai jos cum faci asta.

Pentru o afacere unde vrei să vinzi un produs cea mai simplă variantă este un site static. Aici ai nevoie doar de Macromedia Dreamweaver și cam atât.

Pentru o afacere unde vrei să te afiliezi cuiva, cea mai simplă variantă este un site static, însă eu recomand un blog. O să înțelegi de ce dacă recitești capitolul cu afilierile.

Pentru o afacere unde vrei să câștigi bani din rețelele CPA o să ai nevoie de un blog.

Noi o să ne concentrăm în cea mai mare parte a acestui capitol pe un blog. În special pe platforma Wordpress. Este cea mai simplă de modificat și chiar de transformat într-un site dinamic dacă e nevoie.

La partea cu site-uri statice ai învățat deja povestea din capitolele respective.

Buun, hai să trecem la treabă și să vedem cum stă treaba cu bloggingul ăsta.

Intră în lumea bloggingului

După cum spuneam, cuvântul „blog” înseamnă lucruri diferite pentru mulți. Eu îți ziceam că un blog este un fel de jurnal online.

Dacă ești de ceva vreme pe internet, probabil ai văzut o tonă de astfel de siteuri. Oamenii care folosesc bloguri nu au nevoie să cunoască programare. Există o mulțime de platforme care le

permit să își pună gândurile pe net. Una dintre ele și cea mai bună este Wordpress.

Înainte de a-ți arăta cum se instalează Wordpress-ul e necesar să ai în minte câteva lucruri despre blogul tău, care combinate cu tipul de afacere pe care vrei să îl începi, îți vor aduce mult mai ușor succesul:

1. Descrierea blogului tău: trebuie să ai o descriere perfectă, concisă cu exact ceea ce vrei tu să faci. Dacă blogul tău este despre mașini, atunci nu scrie la descriere „Blogul lui Andrei”. Nu te va ajuta cu nimic, mai ales dacă vrei să câștigi bani buni din asta. Oamenii trebuie să știe exact ceea ce e pe acel blog.

2. Pagina „Despre mine” sau „Despre noi” – Majoritatea nu realizează cât de importantă este o astfel de pagină. E practic esențială, mai ales dacă ai un site pe care folosești Google AdSense sau promovezi un produs sau chiar câștigi bani din rețelele CPA.

3. Pagina de Contact – Am văzut ENORM de multe siteuri sau bloguri care nu au această pagină. O foarte mare greșală. Trebuie să pui neapărat o pagină de contact cu un formular de contact sau pur și simplu o adresa de e-mail la care îți pot trimite oamenii mesaje.

4. Definește-ți audiența – Așa cum ai învățat în capitolul despre nișe, e necesar să-ți definești audiența și să spui exact tipul de oameni cărora te vei adresa pe blog.

5. Fii foarte clar – Nu le lăsa oamenilor impresia că se ascunde ceva în ceea ce ai zis. Explică exact ceea ce ai vrut să spui, mai ales dacă promovezi ceva sau dacă ai ales un domeniu științific. Unii oameni se prind mai greu la subtilități. Iar tu vrei să vinzi, nu doar să îi faci să râdă.

6. Fii scurt și la obiect – Oamenii au relativ puțină răbdare de a absorbi cât mai multă informație. Așadar, atunci când scrii un articol fii cât se poate de scurt și la obiect.

Uite o listă de denumiri din lumea bloggingului:

- **Post** = vine de la „to post”, care înseamnă a afișa, a posta un articol pe blog. Un post este un articol.
- **Blogger** = cel ce scrie pe blog, adică tu
- **Blogroll** = este lista aceea de linkuri pe care o vezi la cineva pe blog, prin care îți recomandă să-i vizitezi prietenii
- **Blogosferă** = totalitatea oamenilor cu blog și care scriu pe blog (totalitatea bloggerilor)
- **Plugin** = o extensie la aplicația folosită. Adică un mic script care adăugat la platforma pe care o folosești, face ceva pentru tine. De exemplu, un plugin pentru paginarea articolelor, sau pentru sondaje etc.

Eu lucrez pe platforma Wordpress. Are și avantaje și dezavantaje. Dezavantajele te las pe tine să le găsești.

Avantaje:

- E foarte simplu de utilizat, nu trebuie să știi programare și ai de-a face în mică măsură cu codul (asta o să-ți arăt puțin mai jos)
- E gratis și nu necesită să aștepți 1 lună până e pregătit de a fi pus online (ca în cazul site-urilor). Instalarea durează maxim 2 minute. Și asta o să-ți arăt imediat.
- Are o grămadă de plugin-uri. Ai văzut mai sus ce sunt acestea. Te ajută mult să-ți dezvolti blogul și modul în care interacționezi cu vizitatorii tăi. Ca să nu mai zicem de plugin-urile pentru optimizarea SEO (pentru motoarele de căutare). Despre asta o să vorbim tot mai încolo.
- De la versiunea 2.7, Wordpress își face update singur. Tot ce trebuie să faci este să știi userul și parola de la FTP-ul site-ului tău și să apeși un buton.

Cum să alegi numele domeniului

Alegerea numelui unui site poate parea un lucru destul de simplu și banal uneori. Insa nu este intotdeauna asa. Odata cu “explozia” asta a internetului și goana după site-uri web ce contin cuvinte simple, ușor de reținut, a venit și lipsa de creație din partea noastră atunci când trebuie să alegem ce nume va purta domeniul nostru.

Înainte de a discuta despre asta o să-ți dau o scurtă denumire a ceea ce înseamnă un domeniu web:

Un domeniu reprezintă un sir de caractere ce corespund unei adrese de IP de la un server, acesta din urmă fiind conectat tot timpul la internet. Desigur, un domeniu este unic.

Adică dacă tu ai covrigel.com nu mai poate avea un alt om același nume de domeniu. Dar, poate avea covrigel.org. Și uite așa intrăm în tema:

Mai ții minte când ți-am spus să faci acea căutare pentru a găsi nișa perfectă? Ei bine, acum o să ne folosim de acele cuvinte cheie. Odată ce ai ales acele keyworduri, fă o listă cu primele 10-20 din domeniu.

Acum e timpul să construiești mai multe fraze în minte. Cum ai vrea să se numească domeniul tu. Ține minte, e important să ai un cuvânt cheie în domeniu, pentru a fi sigur că vizitatorii știu despre ce e vorba din prima și pentru a aduce vizitatori din Google.

Așadar...

Care este cel mai bun nume pentru un domeniu?

Atunci când decizi că e timpul să-ți alegi numele siteului, trebuie să știi următoarele lucruri:

1. Numele trebuie să fie cât mai simplu, ușor de reținut (de exemplu steauafc.net)
2. Să contină pe cât posibil un cuvânt cheie (la fel cum e steauafc.net care conține cuvântul steaua, sau jocuri.net – conține cuvântul jocuri) – da bine la motoarele de căutare acest lucru.
3. Să fie din domeniul pentru care a fost făcut. Adică, dacă tu vrei să faci un site despre oi, nu o să pui numele domeniului capre.com. Deși, există și excepții care au avut succes.
4. Să contină o extensie cunoscută. Prin extensie mă refer la “.com, .net, .org, .ro, .info, .biz”. Cele pe care le recomand eu sunt .com, .net și .ro. În ultimul caz .org sau .info.
5. Dacă nu ai găsit numele care te interesează, atunci poți să încerci să formezi domeniul din două cuvinte, de genul nume-domeniu.com sau numedomeniu.com, însă nu te-ai sfătui să îți faci un site cu numele celmaitaresitedepeweb.com.

Oamenii atunci cand navigheaza pe net o fac cu o viteza mare, nu au timp sa retina nume decat atunci cand ceva le place. Iar asta e treaba ta, sa-i faci sa le placa

Acum că știi care sunt lucrurile pe care trebuie să le ai în vedere, e timpul să trecem la treabă.

Pasul 1 – Intră pe www.whois.com

Find your Domain Name

Enter Domain Name: jucatori.com

Choose your Extension: ☒ com ☐ net ☐ org ☐ info ☐ biz ☐ mobi ☐ us ☐ tv

Search Now

Domain Pricing Details

com	net	org	info	SALE
biz	mobi	us	.co.uk	
tv	eu	asia	tv	SALE

Vei vedea căsuța unde îți scrie să îți introduci numele de domeniu dorit – „Enter your Domain name”. Mai jos scrie prețurile pentru fiecare domeniu în parte. Uită de ele. Nu vom cumpăra domeniul de aici. Am să îți arăt de unde să faci asta pentru a ieși cât mai ieftin.

Acum scrie numele domeniului la care te-ai gândit. Însă doar cuvântul cheie, iar programul îți va căuta pentru toate domeniile bifate din partea dreaptă.

Enter Domain Name: jucatori.com

Choose your Extension: ☒ com ☐ net ☐ org ☐ info ☐ biz ☐ mobi ☐ us ☐ tv

Search Now

Domain Pricing Details

com	net	org	info	SALE
biz	mobi	us	.co.uk	
tv	eu	asia	tv	SALE

După cum vezi, am căutat „jucatori” și mi-a oferit toate domeniile libere. La domeniile care sunt luate deja și pe care nu le poți cumpăra afișează un X cu roșu în față, iar pe cele libere „le bifează” cu verde.

Exersează de mai multe ori, până găsești domeniul potrivit. Nu te opri la primul domeniu găsit. E important să cauți cât mai multe. Fă o listă de 10-20 de posibile domenii, apoi alege-l pe cel care crezi că e bun.

Odată ce decizi care domeniu e bun, e timpul să treci la pasul doi.

Pasul 2 – Intră pe <http://www.moniker.com/>

De aici îmi cumpăr eu majoritatea domeniilor. Sunt foarte mulțumit de ei și pot să îți spun că au prețuri destul de bune. De exemplu un domeniu .com mă costă undeva în jur de 8.34 de

dolari, pe când, dacă mergi pe un site românesc și vrei să-ți cumperi un .com te costă undeva pe la 11-12 dolari.

Asta poate nu îți pare mult, însă crede-mă, odată ce vei avea mai multe domenii, banii se adună. În plus e și chestia de orgoliu – de ce să dau bani mai mulți, când aș putea da bani mai puțini cu același efort?

După ce ai intrat pe Moniker, în partea dreaptă, sub formularul de autentificare ai „Get new account” -

<http://www.moniker.com/newaccount.jsp> - Apeși pe el și ajungi pe pagina asta.

Îți va apărea formularul de înregistrare. Aici ai niște date pe care vreau să le completezi cu atenție. E vorba despre nume, prenume, adresa, orașul, județul, codul poștal, țara, numărul de telefon, adresa de e-mail, numele de utilizator (aici scrii un nickname pe care ți-l dorești – de exemplu invingatorul – sau stiu eu...), parola, apoi codul vizual de verificare din acea imagine. Și de asemenea bifezi faptul că ești de acord cu regulile lor.

Odată ce ai completat această pagină, vei primi un e-mail de confirmare. Apoi contul tău este gata și poți să te autentifici.

Notă: Cei ce nu se prea înțeleg cu limba engleză, pot să opteze pentru un site românesc de unde își vor cumpăra domeniul și chiar hostul. Ceea ce ofer eu aici este cea mai bună calitate atât la hosting cât și la domenii. Din păcate pentru ei, siteurile sunt în engleză.

Buun. Acum e timpul să te autentifici.

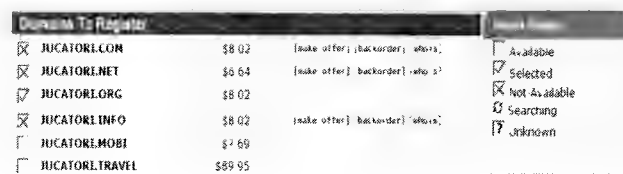
Pasul 3 – Intră în contul tău de Moniker

<http://www.moniker.com/accounts/> - Aici completezi formularul de autentificare.

Îți va apărea ceea ce vezi mai sus. Acum apeși pe linkul „Click here for quick domain registration”. Acolo vei vedea o pagină unde poți să cauți posibilele nume de domenii.

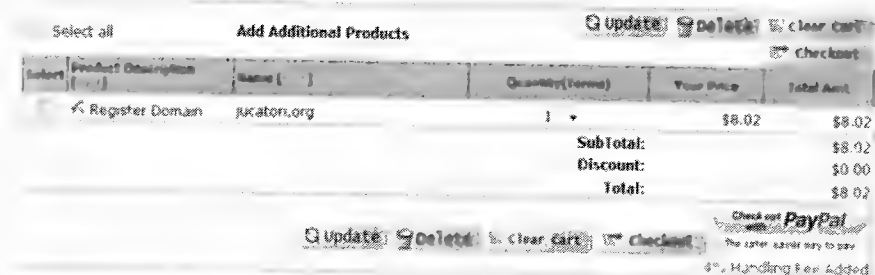


Probabil acum te întrebi de ce nu am căutat aici numele domeniului potrivit. Deoarece www.whois.com mi se pare mult mai rapid și mai ușor de folosit. Acum, scrie numele domeniului tău în acel câmp, debifează extensiile domeniilor care nu te interesează, apoi apasă Go.



Nu uita să debifezi numele domeniilor pe care nu vrei să le cumperi. Apoi apasă butonul de „Buy now” pe care o să îl vezi mai jos.

Îți va apărea pagina de finalizare a comenzii tale. Acolo ai opțiunea de a cumpăra domeniul prin card sau direct prin PayPal.

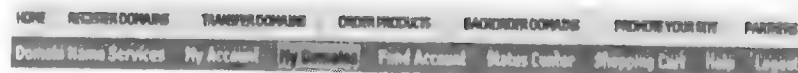


Aici este opțiunea ta. Dacă nu ai un card, te sfătuiesc să îți faci, o să îl folosești mult odată ce începi să câștigi bani online. La fel și un cont de PayPal. E necesar.

Odată ce ai cumpărat domeniul, e timpul să schimbi DNS-urile pentru acesta.

DNS-ul (Domain Name Server) specifica numele serverului pe care va fi hostat domeniul. Vei vedea în capitolul următor care sunt cele două DNS-uri pe care Hostgator ți le pune la dispoziție.

Am ales această variantă – Moniker + Hostgator deoarece mi se pare atât ieftină cât și de calitate. În special Hostgator, după cum o să vezi, e printre cele mai bune servicii de hosting din lume.



Acum e timpul să revenim la Moniker. Apasă pe butonul MyDomains.

Aici îți va apărea lista cu numele domeniilor cumpărate.



Acum bifează numele domeniului și apasă pe DNS, al cincilea buton de la stânga la dreapta dintre cele albastre. Îți va apărea o pagină unde vei afla care sunt DNSurile domeniului tău și un link cu numele siteului. Dai click pe acel link și vei putea să le modifice.

Acolo scrii numele celor două DNSuri pe care le-ai primit de la serviciul de hosting. De exemplu la hostgator este ceva de genul: ns111.hostgator.com și ns112.hostgator.com. Unde 111 și 112 este un număr pe care ți-l va da Hostgator.

Bun. Acum ești gata să treci la treabă.

Cum să-ți alegi serviciul de hosting?

Înainte de a te gândi ce tip de host ai avea nevoie pentru siteul tău, trebuie să știi ce vrei să pui pe el. Pentru că oferte sunt destule, care mai de care, dar nu toate se potrivesc cu ceea ce ți-ar folosi ție.

Ok, uite pașii pe care ar trebui să-i urmezi:

- **Stabilește categoria în care se încadrează siteul tău**

Asta înseamnă să ai un domeniu de activitate. Ce faci cu el? Vinzi online? E un blog personal? Sau doar un site în care adaugi poze? Acest lucru e foarte important, pentru că te va ajuta să găsești oferta care se potrivește cerințelor tale. O să-ți explic imediat despre ce e vorba.

- **Stabilește tipul și cantitatea conținutului pe care vrei să-l încarci pe site**

E un lucru destul de important, fiindcă un site cu poze va cere întotdeauna mai mult spațiu decât un blog personal în care o să scrii doar despre pasiunea ta, să zicem.

- **Estimează numărul de vizitatori pe care vrei să-l ai lunar pe site**

Traficul înseamnă vizitatori. Vizitatorii înseamnă că paginile tale sunt vizualizate și încărcate de pe server. După cum știm, fiecare pagină are o anumită dimensiune. Imaginile la fel. Chiar dacă pagina de index are să zicem 30 de KB cu tot cu imagini, aceasta va fi încărcată de fiecare vizitator în parte. Și până la urmă de ce contează așa de mult? Pentru lungimea de bandă (bandwidth sau cantitatea de date transferate de către server, fiecărui utilizator în parte).

- **Gândește-te dacă ai nevoie de:**

1. **Subdomenii**
2. **Adrese mai multe de e-mail**
3. **Conturi pentru FTP (încărcare date de pe calculatorul tău cu ajutorul unui FTP manager)**

Poate vrei să îți faci și un subdomeniu la siteul tău. Sau poate vrei să le oferi vizitatorilor tăi o astfel de opțiune. La fel se întâmplă și când vine vorba de emailuri sau conturi pentru FTP. Unele servicii de hosting ofera prea puține subdomenii, adrese de email etc. la abonamentele ce includ prețuri mici.

Așadar, care e cel mai bun host până la urmă?

Cel care se potrivește cu ceea ce vrei tu să faci. Trebuie să ai în vedere:

1. **Spațiu** – dacă pe siteul tău vrei să pui multe poze, atunci o să ai nevoie de mai mult spațiu, dacă în schimb o să scrii doar articole, atunci nu e nevoie de așa mult, dar nu duce totul la extrem. Eu zic ca un minim 100 de MB pentru blog personal și minim 1-2 GB pentru un site de poze, e de ajuns.
2. **Trafic lunar (lungimea de bandă)** – câteva zeci de mii de vizitatori lunar îți vor consuma la bandă de nu te vezi. De aceea e bine să găsești un host cu trafic nelimitat pentru un site cu mai multă cantitate, și un host cu trafic acceptabil (10-20 GB lunar) pentru un site cu articole să zicem.
3. **Subdomenii, emailuri, adrese de e-mail** – sunt și acestea importante dacă ai nevoie de ele.

Acum că ți-am spus despre ce e vorba, e timpul să-ți dau un exemplu. Hai să luăm siteul acesta.

SecretulBanilor.com

E un blog personal folosit pentru a scrie articole. Așa că 100 de MB sunt de ajuns ca și spațiu.

Deocamdată traficul nu e imens, deci în jur de 10 GB îmi ajung ca și lungime de bandă.

Sunt doar eu cel care are acces la site, așa că mai mult de 5 adrese de email și 1 FTP nu îmi trebuie.

Încă nu m-am gândit, dar poate pe viitor o să fac și subdomenii. Deocamdată nu am nevoie. Dar mai mult de 5 nu cred că o să folosesc.

Am căutat pe google "hosting" și am făcut un mic calcul: ies cam la 10 lei pe lună. E mult? Asta depinde de tine și de cât ești dispus să investești în pasiunea ta. Pentru că întotdeauna ca să primești ceva, mai întâi trebuie să oferi.

Foarte multă lume m-a întrebat care e cel mai bun serviciu de hosting din România. Am să fiu sincer cu tine, nu prea știu, deoarece nu am lucrat cu aproape niciunul.

Eu host îmi iau din străinătate. Nu doar că sunt mai ieftine, dar unele au și un suport tehnic live foarte foarte bun.

O să îți dau ca exemplu Hostgator – www.hostgator.com – este siteul pe care am eu host la **SecretulBanilor.com** și până acum nu am întâmpinat nicio problemă. De altfel e foarte bun.

Plătesc în jur de 10 dolari lunar, însă e host shared.

Hostul shared înseamnă că am doar un singur Cpanel (panou de control) și pot să adaug mai multe domenii pe același pachet de hosting fără să plătesc nimic în plus. Ceea ce mi se pare super ok la ora actuală.

Deși Hostgator nu apare prin topul pe care am să ți-l dau, merită să arunci o privire înainte de a te gândi de unde îți vei lua spațiu pentru site.

Așadar:

1. Inmotion - www.inmotionhosting.com – cunoscut drept hostul pentru oameni de afaceri

2. iPage - www.ipage.com – cel mai încrezător serviciu de hosting

3. JustHost - www.justhost.com – printre cele mai ieftine hostinguri

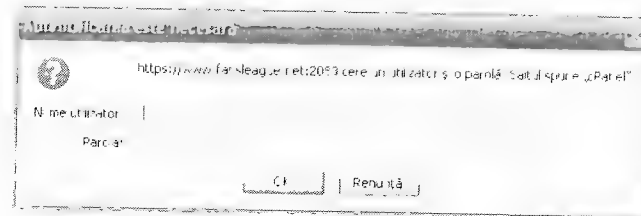
4. FatCow - www.fatcow.com – printre cele mai ieftine hostinguri de business

5. WebHostingPad - www.webhostingpad.com – printre cele mai ieftine hostinguri.

3.3.3 Instalarea Wordpress

Wordpress e chiar ușor de instalat. Trebuie să ai câteva cunoștințe minime despre PHP, MYSQL și setarea permisiunilor unui fișier. Așadar...

1. Descarci ultima versiune de Wordpress de [aici](#).
2. Apoi intri în Cpanelul site-ului tău, folosind adresa www.site.com/cpanel sau <https://www.site.com:2083>, ultima adresa este mai sigură.



În căsuța asta scrie numele utilizatorului și parola pe care le-ai primit atunci când ai cumpărat hostul pentru site.

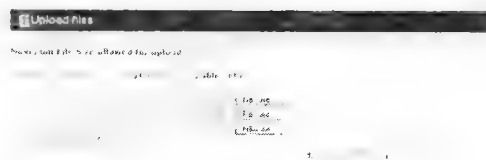
3. Acum, odată ajuns în Cpanel, caută căsuța unde scrie File Manager, pentru a administra fișierele și a încărca Wordpress-ul pe site.



4. În File Manager, apasă butonul unde scrie Upload. E undeva în stânga sus.



5. În pagina cu Upload Files, încarci fișierul Wordpress pe care l-ai descărcat de pe site, pa Pasul 1.



6. În pagina cu Upload Files, încarci fișierul Wordpress pe care l-ai descărcat de pe site, pa Pasul 1.



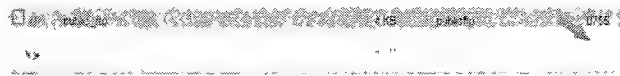
7. Odată încărcat, mergi înapoi la pagina cu **File Manager**, bifezi acolo unde scrie **Wordpress**, apoi dai click pe **Extract**, din partea dreaptă, de sus.
8. Cel mai probabil o să-ți extragă arhiva într-un folder denumit „**wordpress**”. Poți redenumi numele folderului apăsând tasta Rename

9. Sau poți să muți toate fișierele din „**wordpress**” în directorul principal. Asta se face după ce intri în folder (**wordpress**), selectezi toate fișierele de acolo, bifând **Select All**, apoi apeși **Move File**, din partea stângă sus. Îți va apărea un chenar, în care o să scrie **/public_html/wordpress**. Lasă doar **/public_html/** și fișierele vor fi mutate în directorul principal.

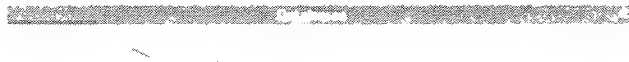
10. Acum intră pe pagina unde ai instalat blogul, tastând www.site.com/blog, unde „blog” e numele folderului în care ai lăsat Wordpress-ul. Va începe automat instalarea Wordpress-ului. Mai ai câțiva pași de făcut.

11. Ca să se genereze automat **wp-config.php** trebuie să ai permisiunile la fișierul în care e blogul, setate la **777**. Poți face asta apăsând Home, din partea stângă. Apoi la **public_html** pui **0777**. Ori apeși o singură dată acolo unde e săgeata, pe imaginea de mai jos, ori bifezi **public_html** apoi dai **change permissions**.





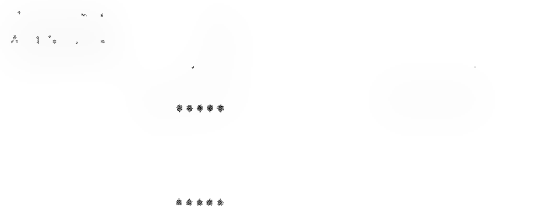
12. Te duci în Cpanel, cauți **Databases** și apeși MySQL Databases.



13. Aici creezi o nouă bază de date de unde scrie Create New Database. De exemplu „blog”.



14. Apoi te duci mai jos unde scrie **Add New User**.
Scrii „admin” sau ce vrei tu, iar la parolă completezi o parolă care vrei tu, dar să o ții minte.

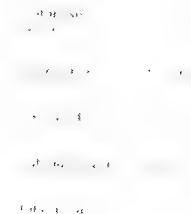


15. Bun. Mai jos ai **Add User** to database. Potrivești **User** cu **Database**, ca să fie cele pe care le-ai creat, apoi apeși **Add**. Îți va apărea o nouă pagină cu **Manage User Privileges**. Aici bifezi căsuța unde scrie **All privileges** și dai **Make Changes**.

Add User to Database



16. Acum te duci înapoi la pagina unde se instalează **Wordpress-ul**. Adică la www.site.com/blog sau www.site.com. Aici o să îți apară asta:



Acum completezi datele cerute în căsuțele de mai sus.

La **Database name** pui

UsernameulSiteului_NumeBazaDeDate, la

Username pui

UsernameulSiteului_NumeUtilizatorBazaDeDate, la

Password pui parola, iar la **Database Host** și **Table**

Prefix lași așa cum sunt.

17. Dacă totul e ok, o să-ți apară o pagină cu **Run the install**. Dai ok, apoi completezi numele blogului și adresa de email și dai **Install Wordpress**.

18. Vei vedea o pagină cu numele utilizatorului și parola. Admin și o parola generată automat de Wordpress. Notează parola aia undeva. Dă un copy/paste într-un fișier.

Felicitări. Ai instalat Wordpress cu succes. Acum poți să te autentifici.

După cum ai văzut, instalarea Wordpress e destul de simplă. Dacă nu reușești să te descurci din imaginile acestea, doar trimite-mi un e-mail și te voi ajuta eu personal să-l instalezi.

CAPITOLUL VII:

CUM SĂ ADUCI TRAFIC PE SITE

În acest capitol:

- ✓ Care este singura metodă gratuită ce îți poate aduce mai mulți vizitatori pe site decât orice alte modalități. Când ceilalți plătesc pentru a avea trafic, tu aduci o grămadă de oameni și faci bani PE GRATIS!
- ✓ Cum să-ți pui întregul sistem pe pilot automat - să-ți vină vizitatori și să faci bani - chiar dacă nu ai deloc experiență.
- ✓ Și multe alte lucruri....

5. Pune-ți linkul la semnătură pe forumuri, mail etc.

Cel mai probabil ai văzut deja de unde se poate aduce traficul pe site din capitolul despre cum să-ți construiești o listă de abonați, așa că doar o să enumăr principalele surse, apoi voi trece la o unealtă foarte puternică de generare a vizitatorilor – Twitterul.

Așadar...

1. Caută 20 de bloguri din nișa ta și comentează-le articolele

Caută aceste bloguri și aranjează-le în ordinea traficului. Apoi intră pe primele 10 și comentează articolele ce apar (însă nu lăsa comentarii de genul – frumos articol – implică te în comunitate)

2. Generează conținut pentru alte bloguri

Poți de asemenea să contactezi o grămadă de alte bloguri și să le propui următorul lucru: tu scrii un articol pentru ei, ei îl pun pe site iar în schimb trebuie să pună un link cu siteul tău. Simplu.

3. Yahoo answers – răspunde la întrebări

Intră pe Yahoo Answers și răspunde la întrebările puse acolo. Din când în când adaugă câte un link către siteul tău.

4. Înscrie-ți siteul în directoare web

Află cât mai multe directoare web bune și înscrie-ți siteul acolo. Am nimerit odată un director web ce mi-a adus 1000 de vizitatori pe zi în primele 2 săptămâni. Apoi câte 100. Cât de tare, nu?

5. Pune-ți linkul la semnătură pe forumuri, mail etc.

Aici știi ce ai de făcut. Profită de fiecare loc în care îți poți face publicitate.

6. Adaugă videoclipuri pe YouTube

Chiar dacă pare că e mult de lucru, ai putea să faci un video slideshow cu imagini din nișa ta și să o pui pe YouTube. Apoi la final pui un link către siteul tău.

Rețelele Sociale – o sursă gratuită de trafic

1. Ce s-a întâmplat în Mumbai India?

Poate unii își mai amintesc cum prin noiembrie 2008 a existat acel atac în India în care și-au pierdut viața în jur de 300 de oameni și foarte mulți au fost răniți.

Însă ce a fost mai surprinzător e mediul în care le-au fost redade oamenilor aceste lucruri. Pe Twitter. Da!

Primele informații despre ceea ce s-a întâmplat în Mumbai au fost aduse de către oamenii obișnuiți care erau la fața locului. Pe Twitter ☺

Doar după câteva ore au apărut știrile și la televizor.

Chiar dacă e vorba de un exemplu tragic, asta arată cât de mult s-a schimbat tehnologia în ultimii ani și cât de mult a început să interacționeze cu oamenii.

Trăim într-o eră a atenției. Cel ce atrage atenția cât mai mult, va avea de câștigat. Iar cu twitter poți să faci asta. Asta e puterea lui.

Ce poate face Twitterul pentru tine?

După cum spuneam, online marketingul este o cale fantastică de a-ți începe prima afacere. Poți să o faci de acasă, de la propriul tău loc, în funcție de propriul program și uneori chiar fără nicio investiție de început.

Multe din afacerile gigant au început pe internet. Ia ca și exemplu Google. Apoi FaceBook și MySpace, care au înțeles că tot ceea ce făceau era în același timp puternic și folositor. Cele două siteuri ofereau utilizatorilor șansa de a crea noi prietenii și de a le păstra pe cele vechi cu foarte puțin efort. Asta mereu o să atragă o mulțime de oameni.

Valoarea pe care Twitterul o aduce e la fel de mare.

Mai ales că sistemul pe care îl folosește e atât de simplu. Twitterul lasă pe oricine să trimită un mesaj nu mai lung de 140 de caractere care răspunde la o întrebare simplă – „Ce faci acum?”

Poți să îl trimiți oricând, de la computerul tău, de la telefonul tău mobil și poate fi văzut de către oricine care a ales să-ți urmărească mesajele.

E super simplu.

Pentru cei ce se gândesc să scoată un ban de pe net nu pare să fie mult, mai ales dacă au fost obișnuiți să scrie articole de 2-3 pagini în fiecare săptămână pe blogul lor. Poate părea chiar foarte restrictiv.

Ce naiba poți pune în 140 de caractere care i-ar face pe alții să citească?

Ei bine, poți să faci foarte multe lucruri: să promovezi un produs, să-ți promovezi propria afacere, să spui lumii despre noul tău site etc.

Twitterul s-a dovedit a crea dependență. Vorbesc cât se poate de serios. Mai ales pentru cei ce dețin o afacere. Și de asemenea, foarte valoros.

Și nu e doar amuzant. S-a dovedit a fi chiar o sursă importantă de a găsi noi clienți.

Mai întâi va trebui să te înregistrezi pe Twitter.

<http://twitter.com>

Apoi, să îți introduci câteva date, foarte simplu de făcut. Iar în final, adresa ta de Twitter va fi twitter.com/numeletau

Pe cine găsești pe Twitter?

Odată ce ți-ai ales un nume și o parolă, vei avea de completat un proces în trei pași prin care o să începi să urmărești alți oameni de pe Twitter.

Vei fi gata cam într-un minut, maxim două. Însă, chiar poți să scapi peste acest proces.

Cam asta îți recomand eu. Să treci peste acest proces deocamdată.

Așadar...

Primul pas este să îți introduci adresa de e-mail pe care o deții și parola de la aceasta în formularul care îți va apărea. După ce ai făcut asta, Twitter îți va analiza contul și va afișa toate adresele de e-mail pe care le ai acolo.

Al doilea pas este să-i urmărești pe toți cei din lista de e-mail care sunt deja pe Twitter.

Al treilea pas îți permite să le trimiți un mesaj la toți cei care nu au cont pe Twitter și se găsesc în lista ta de e-mail.

De ce crezi că e important să treci peste acești pași?

Cea mai puternică metodă de a câștiga followeri este să le dai follow tu însuși.

După ce ai trecut peste acești pași, trebuie să-ți încarci o poză cu tine, să scrii ceva la profil, să pui URL-ul siteului în căsuța special dedicată acestui lucru.

Apoi să adaugi primul tău tweet. Abia după aceea să le dai follow la oameni.

Site-urile web au useri, FaceBook are friends, iar Twitter are followeri. Ei îți urmăresc mesajele sau chiar viața.

Însă înspre deosebire de FaceBook, followerii pot fi de o importanță deosebită. Cu cât ai mai mulți, cu atât mesajul tău va ajunge la mai multe persoane. Iar tu vei avea mai multă influență.

Desigur, va dura până vei crea o comunitate puternică. Însă merită efortul.

Tot ce pot să-ți spun este că există anumite lucruri pe care le poți face pentru a-ți minimaliza timpul și efortul în construirea unei liste de followeri.

Regula de aur rămâne însă aceeași: **crează conținut interesant, de valoare și distractiv.**

Nu trebuie să plătești bani pentru followeri pe twitter, însă e nevoie să-i recompensezi cu un conținut bun.

Tweeturile ar trebui să spună ceea ce faci tu acum, însă pot include de asemenea și anunțuri, opinii, întrebări etc. Poți scrie tot ceea ce vrei.

Dar dacă tot ceea ce faci este să le spui oamenilor despre noul tău produs, sau site, sau link de afiliat, te vei trezi în curând că rămâi fără ei.

Cum să aduni followeri pe Twitter?

Să aduci followeri pe contul tău de și să generezi încredere trebuie să fie cele mai importante lucruri când vine vorba de Twitter.

Ține minte: încredere = bani. Trebuie să câștigi încredere până să câștigi bani.

Acum, ceea ce e de făcut este să cauți câțiva membri de pe Twitter care sunt din aceeași nișă cu tine, apoi să le dai follow.

Pentru a face o căutare mai avansată, folosește <http://search.twitter.com>

Bun. Acum urmează-i. Mulți dintre acești oameni îți vor da follow la rândul lor. De asemenea trebuie să le dai „unfollow” la toți cei ce nu ți-au dat înapoi după câteva zile, o săptămână.

Ultima parte e opțională, însă va deveni un lucru important odată ce începi să dai follow la cât mai mulți oameni.

Există câteva programe pe net care fac asta în locul tău. Dar multe din ele nu sunt gratuite. Așa că nu o să ne axăm pe ele acum.

De exemplu este www.twollow.com – un program care face totul în locul tău.

Deși ți se va părea mai stresant la început, mai mult de 30 de minute pe zi nu ar trebui să îți ia pentru Twitter.

Câți followeri e necesar să adaugi pe zi? Maxim 100. Apoi așteaptă să-ți dea follow back o zi.

După cum am mai spus, ai grijă ca Twitterul să nu devină o mașină de spam pentru tine. Din câteva am văzut, în ultima vreme ipocrizia a ajuns la cote alarmante pe Twitter. Foarte mulți se înscriu doar pentru a-și face publicitate la propria afacere.

Îți aduci aminte când ți-am vorbit despre brand și cum ar trebui să-ți construiești unul? Ei bine, ai grijă. Fiind prezent într-o comunitate așa de mare ca și Twitter, oamenii își vor forma o anumită părere despre tine.

Metode pentru a aduna câți mai mulți followeri:

Trimite un mesaj listei tale de abonați cu adresa ta de twitter (asta dacă ai una, desigur)

Include adresa ta de twitter în fiecare mail trimis, la semnătură

Adaugă adresa ta de twitter la semnătură pe fiecare forum pe care ești activ

Adaugă adresa ta de twitter pe contul tău de FaceBook și MySpace.

Include adresa ta de twitter pe toate cărțile tale de vizită (asta dacă ai)

Poți chiar să le dai ceva gratuit (un tutorial, un pdf etc) oamenilor dacă îți dau follow

Trebuie să stai focusat. Twitter are câteva restricții în ceea ce privește numărul de oameni pe care îi urmezi și numărul de oameni care te urmează.

Odată ce ai ajuns la 2000 de oameni la care le-ai dat follow, începe prin a-i șterge pe cei ce nu ți-au dat follow back.

1.1 Cum să faci Google AdWords

Ai cumărat vreodată spațiu pentru reclamă în vreun ziar? Îmi aduc aminte când am făcut prima dată asta. Pentru o amică ce avea un salon de coafură.

Eram foarte nedumerit. Nu știa ce să scriu pentru a mi se face înțeles mesajul. Nu știam cât de mare trebuia să fie reclama. Nu știam în care ziar să-mi fac publicitate.

Trebuia să plătesc bani buni (ei bine, ea trebuia, însă mă rugase și toată responsabilitatea îmi venea mie) pentru acea reclamă și nu

puteam să schimb nimic timp de o perioadă de câteva luni. Nu aveam voie să greșesc nimic. Totul trebuia să fie perfect.

Google AdWords, după părerea mea este o revoluție în advertising. Poți să-ți setezi un cont de AdWords în 5 minute pentru 5 dolari. Reclamele tale pot fi văzute de mii de oameni care caută exact ceea ce tu ai și nu plătești nimic până acei indivizi nu dau click pe reclama ta și intră pe siteul tău.

Poți să îți schimbi anunțul oricând dorești. Poți să anulezi reclamele neprofitabile cu un simplu click. Poți să rulezi mai multe anunțuri în același timp și să vezi care din ele e mai bună.

Și poți să devii din ce în ce mai bun în timp, scriind acele anunțuri, alegând titluri mai apropiate și zone geografice care se potrivesc cu produsul tău.

AdWords îți dă posibilitatea de a-ți testa siteul și de a-i îmbunătăți strategia așa încât să câștigi cât mai mult din el.

Însă, AdWords poate însemna și o mare pierdere de bani pentru cei ce nu se pricep când vine vorba de a-și scrie propriul anunț și de a se orienta spre piața care trebuie.

Așadar, ce înseamnă mai precis AdWords?

Motorul de căutare Google procesează sute de milioane de căutări în fiecare zi. Fiecare dintre aceste căutări înseamnă câte un om care vrea să își rezolve o problemă sau să-și satisfacă o nevoie găsind un anumit site în Google.

Programul AdWords permite advertiserilor să cumpere text sau linkuri pe pagina unde Google afișează rezultatele. Adică pagina pe care cel ce caută o vede după ce a introdus cuvântul cheie și a apăsă butonul de căutare.

Plătești pentru o reclamă doar atunci când cineva dă click și îți vizitează siteul. Suma pe care poți să o plătești pentru acel anunț variază. Poate fi doar 1 cent pe click sau poate ajunge chiar și la 80 de dolari pe click, depinzând de piața pe care vrei să îți faci publicitate și cât de competitivă este aceasta.

Fiecare text de pe pagina de rezultate din google constă în 4 rânduri și până la 140 de caractere în total.

Unde și când sunt afișate reclamele?

Poți alege să le afișezi lumii întregi sau să limitezi afișarea lor la o regiune anume, un județ, sau chiar orașul tău. Poți de exemplu să le lași să ruleze 24 din 24 de ore, 7 zile pe săptămână sau le poți opri noaptea și în weekenduri.

De asemenea poți alege de la AdWords trei locuri de afișare, descrie mai jos:

1. În rezultatele de la Google

Când cineva caută un keyword anume, anunțul tău va fi afișat pe pagina de rezultate la Google dacă ai specificat acel cuvânt cheie

sau ceva asemănător. Ele sunt de obicei afișate în partea din dreapta, ori chiar sus.

2. Pe siteurile partenerilor

Anunțurile tale pot de asemenea să fie afișate pe siteurile partenerilor Google. Cum ar fi AOL, ASK.COM, CompuServe, EarthLink, Netscape Netcenter, Shopping.com etc.

3. Pe siteurile celor ce folosesc AdSense sau în Gmail

Sute de mii de siteuri afișează pe paginile lor reclame de la adsense. Despre AdSense am discutat într-un capitol special dedicat acestuia. Așa că știi povestea.

Gmail este serviciul de mail al Google. Afișează rezultatele AdWords în partea dreaptă a e-mailului pe care îl primești.

Cum îmi deschid un cont Google AdWords

Din fericire Google a simplificat foarte mult procesul pentru deschiderea unui nou cont de Google AdWords.

1. Te duci la <http://adwords.google.com>

2. Alegi limba Română din lista aceea drop-down.

3. Apeși butonul de „Începe acum” din partea dreaptă de sus

4. Selectezi tipul de e-mail pe care vrei să îl folosești la contul tău de AdWords.

Dacă ai deja un cont de Gmail, atunci poți să te autentifici și să apeși pe butonul de „Continue”. Altfel, va trebui să îți scrii adresa de e-mail și parola, apoi textul vizual de verificare.

Apoi, desigur, să apeși butonul de Creare cont.

6. Trebuie să îți alegi moneda de schimb din listă, apoi să apeși butonul „Continue”.

Contul tău de AdWords e acum creat. Vei primi un e-mail de activare care te va duce spre pagina de AdWords. Felicitări, tocmai ai creat primul tău cont de AdWords!

Cui trebuie adresate anunțurile?

Internetul este o sursă foarte bună de a face un studiu de piață. Cu un research potrivit, dacă știi unde să te uiți, poți să determini cu precizie câți oameni se uită după produsul tău și câți sunt dispuși să plătească pentru el. De asemenea câți bani fac competitorii de la acei oameni.

Să-ți pun o întrebare: dacă ai fi un scafandru profesionist, care ar fi cele mai importante calități pe care ar trebui să le ai?

Abilitatea de a-ți ține cât mai mult respirația? Picioare puternice? Abilitatea de a munci sub presiune? Nu.

Ci **abilitatea de a spune dacă este destulă apă în piscină înainte de a te scufunda.**

Cu alte cuvinte, găsește nișa potrivită înainte de a cheltui o grămadă de bani pe publicitate. Asta poți să faci urmând sfaturile de la Capitolul „Cum să-ți alegi nișa”.

Cum cineva deștept a zis odată: marketerii amatori crează un produs (sau învață trucuri interesante despre marketing pentru a atrage cumpărătorii) apoi caută oameni cărora să vândă acel produs, pe când marketerii profesioniști caută o piață, apoi oameni să le vândă ceva.

Așadar, atunci când am vorbit despre cum să-ți alegi o nișă, ți-am spus să folosești Google AdWords Keyword Tool. Acum vreau să o folosești din nou.

Cum să alegi cuvintele cheie potrivite?

Tu ești în controlul a tot ceea ce înseamnă afacerea ta web. Tu îți scrii anunțurile, tu creezi designul siteului, tu plătești banii pentru reclamă. Tu setezi prețurile produsului tău etc.

Dar unul dintre cele mai importante elemente în strategia ta online nu este creată de tine deloc, ci de vizitatorii tăi. Treaba ta nu este să înventezi cuvinte cheie ci să identifici acele cuvinte cheie pe care ei le caută deja.

Dacă nu poți să găsești acele cuvinte, nu ai ales bine nișa. Fără cuvinte cheie = fără vizitatori targetati = fără vânzări = fără bani!

După ce ai descoperit acele cuvinte cheie folosind Google Keyword Tool, treaba ta nu se termină aici.

Fiecare cuvânt cheie reprezintă o altă gândire, un alt set de idei despre cum cel ce l-a căutat vrea să-și îndeplinească anumite nevoi. Și desigur, o anumită receptivitate la a-ți cumpăra produsul.

De exemplu între cuvintele cheie la singular și cele la plural pot fi mari diferențe. Cineva care caută pentru „mașina folosita” este mult mai aproape să cumpere decât cineva care caută pentru „mașini folosite”.

Căutările la plural sunt de obicei stadii mai puțin avansate ale cerințelor oamenilor, în timp ce indivizii care caută la singular au deja în minte imaginea produsului pe care vreau să îl găsească.

Caută pe google de mai multe ori pentru cuvintele cheie de top din nișa ta și uită-te mai atent la detalii. În special, uită-te după indicii despre ce lucruri le vor influența decizia de a lua o acțiune.

Ce date vor lua în considerare înainte de a lua o decizie? Care e prima întrebare la care trebuie să afle răspunsul pentru a scăpa din starea de confuzie, frustrare?

Iată după ce trebuie să te iei:

Sunt cumpărători sau doar visători? Știi despre ce vorbesc de la exemplul cu „mașină folosita” și „mașini folosite”.

Cât de bine se pricep? Sunt vechi în domeniu sau doar începători căutând după un produs? De exemplu când cineva caută „marketing afiliat” este mai experimentat în domeniu decât cineva care caută „bani pe net”.

Cât de mult îți doresc să aibă ceea ce oferi tu? Cât de mult va trebui să muncești pentru a le vinde ceea ce oferi?

Vreau să cumpere acum sau în viitor? Data în care vor cumpăra vizitatorii tăi e foarte importantă pentru că tot timpul ai ocazia de a-i trimite pe pagina de vânzare sau doar pe pagina de înscriere la newsletter, depinzând când vor să cumpere.

Cum să-ți scrii anunțurile?

Google îți permite să scrii 130 de caractere, inclusiv spațiile în anunțul tău.

Ai la dispoziție patru linii. Prima linie de 25 de caractere, a doua de 35 de caractere, a treia la fel și a patra la fel. Doar atât ai la dispoziție pentru a-ți spune povestea cui trebuie.

Te-ai speriat? Nu merită. A scrie anunțuri bune este dificil pentru toată lumea, nu doar pentru tine. Petrece un anumit timp pregătindu-te, exersând și în special testându-ți anunțurile și în curând vei ajunge în top.

După cum Jim Rohn spunea „Nu-ți dori să fie mai ușor – dorește-ți să fii mai bun”.

Cele trei obiective ale anunțurilor tale

Un anunț bun atrage oamenii potriviți și cumpărătorii potriviți.

Așadar, care sunt cele trei mari obiective ale anunțurilor tale pe care va trebui să le ții minte?

1. **Să aducă vizitatori interesați de ceea ce le oferi**
2. **Să-i descurajeze pe cei ce nu cumpără să dea click pe anunțul tău**
3. **Să scrii anunțul pe măsura așteptărilor potențialilor clienți**

Ține minte, exact ca și la copywriting: prima propoziție trebuie scrisă în așa fel încât să-i faci să citească și a doua propoziție.

Gândește-te la anunțul tău ca și la un anunț personal. Atunci când cauți o menajeră și decizi să pui un anunț pe net în legătură cu asta, nu vrei să atragi orice fel de menajeră. Ci doar aia care corespunde standardelor tale.

Pune-ți următoarea întrebare: „Cine nu ar trebui să cumpere de la mine?”. Scrie o listă de potențiali oameni care nu ar cumpăra și ai grijă să formulezi anunțul în așa fel încât să nu-i cuprindă și pe ei.

Al treilea lucru pe care trebuie să îl faci când scrii un anunț este să atingi așteptările pe care le au vizitatorii. Arată-le că îți ții promisiunile, chiar și cele mici pe care le-ai făcut în anunț.

Studiază-ți competiția

Caută 10 cuvinte cheie și scrie-le pe o foaie de hârtie. Studiază aceste cuvinte cheie. Ar putea reprezenta sute de ore și milioane de lei salvate. Ia-ți un carnetel și scrie toate observațiile pe care le ai.

Care este cea mai mare promisiune pe care o faci? Ce ton folosești? Ce avantaje sunt subliniate? Ce dovezi ai?

Acestea fiind spuse, îți doresc să folosești cu mintea Google AdWords, pentru că nu numai te salvează de la mulți bani iroșiți, dar îți poate aduce un munte de bani dacă înveți cum să-l folosești.

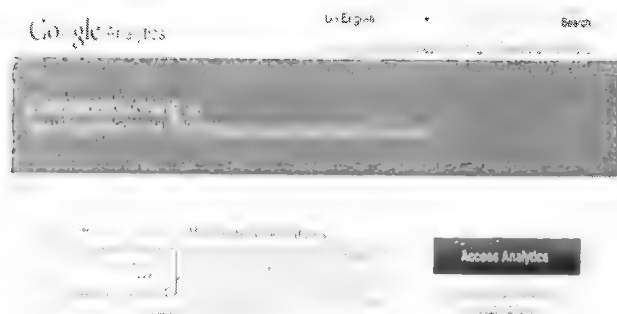
Cum să vezi câți vizitatori ai pe site?

Odată ce începi să ai trafic pe site, trebuie să-l monitorizezi. Sunt sigur că foarte mulți ați auzit de trafic.ro. Ei bine, eu recomand Google Analytics. Mi se pare mult mai bun.

Indiferent că vrei să vezi câți vizitatori ai pe site sau să-ți mărești rata de conversie așa cum am discutat în capitolul „Cum să câștigi bani din propriul produs”, e extrem de important să ai instalat un sistem de urmărire a acestora.

Google Analytics este un serviciu gratuit de monitorizare a traficului.

www.google.com/analytics



Pentru a te înregistra apasă pe butonul de „Sign Up Now”.

<https://www.google.com/accounts/accounts/NewAccount>

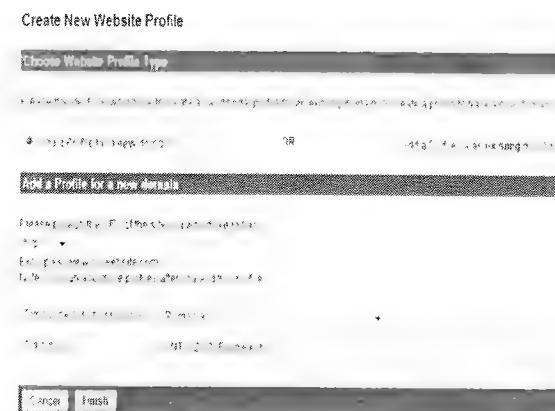
Aici vei fi rugat să-ți introduci adresa de e-mail și parola. Odată ce te-ai înscris, poți începe să adaugi scriptul de monitorizare al traficului. Nu-ți face griji, am să îți arăt cum.

Vei vedea un link undeva jos cu Add Website Profile.

Add Website Profile»

Profile allows you to track a website and/or create different views of the reporting data using filters. Learn more

Dă click pe acest link.



Acum vei fi redirectionat spre o pagina unde trebuie să introduci numele siteului tău.

Cam așa arată.

2 Paste this code on your site

```

<script>
  (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
    (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)};i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(s),
    a.async=true,a.src=g;r=a.onerror=function(){console.warn('Failed to load
    Google Analytics script. Please see https://support.google.com/analytics/
    answer/6004251 for more information.')};m=a.appendChild(document.createTextNode(
    document.createTextNode(s.innerHTML)));m.parentNode.removeChild(m);
  })(window,document,script,analytics,analyticsId);
  </script>
  
```

După ce ai făcut asta, îți va apărea o pagină cu un cod. Acel cod trebuie să îl introduci pe blogul tău. Foarte simplu.

Cam așa arată codul. În partea stângă o să vezi scriind: Web Property ID: _____ - o serie. Păstrează acea serie undeva.

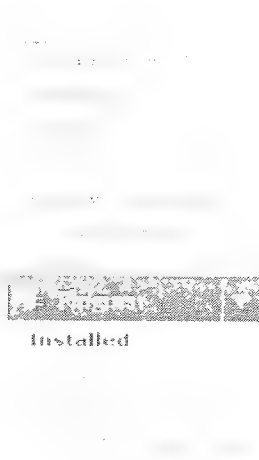
Cum îl introduci?

Descarci acest plugin pentru Wordpress.

Mai întâi te autentifici în panoul de administrare Wordpress.

www.siteultau.com/wp-admin - aici

Apoi, adaugi un nou plugin.



Apeși pe butonul Add New.

Îți va apărea o pagină unde poți să cauți diferite pluginuri.

În acel câmp de căutare scrie „Google Analytics for Wordpress” apoi apasă pe butonul Search.

Din partea dreaptă a rezultatelor apasă pe butonul „Install” exact pentru primul rezultat din căutări. În mod normal acela ar trebui să fie pluginul.

Acum, odată ce pluginul e instalat, te duci la Settings, din partea stângă jos. Acolo o să ai un buton numit „Google analytics”. Apeși pe el. Îți va apărea asta:

Google Analytics is not active. [Click here to activate it.](#)

Mai jos ai un câmp în dreptul căruia scrie **Analytics Account ID:**

Acela este Idul contului tău de Analytics. Web Property ID – cel pe care ți-am spus să îl păstrezi.

Acum vreau să dai copy/paste la acel număr și să apeși pe butonul „Update Google Analytics settings”.

Gata, tocmai ai instalat Google A. Pe siteul tău. Nimic mai simplu 😊

Chiar dacă te-ai speriat de multitudinea de lucruri pe care le oferă Google Analytics, te asigur că este cel mai bun. Tot timpul trebuie să ai un sistem de monitorizare a traficului pe siteul tău. Trebuie să știi de unde vin, de ce vin și cum vin vizitatorii tăi.

Doar așa vei putea să îți îmbunătățești performanțele când vine vorba de a aduce noi vizitatori sau chiar optimizarea SEO. Cam atât în acest capitol. Fie să ai traficul de partea ta mereu și siteul tău să crească exponențial în fiecare lună!

Cum îți alegi tipul de afacere online?

..sau mai bine zis, ce fel de site ar trebui să-ți faci pentru a câștiga cât mai mulți bani cu cât mai puțin efort? Îmi primul rând dă-mi voie să îți repet faptul că o afacere online necesită timp și muncă. Orice ai face, nu vei câștiga niciodată bani fără aceste două lucruri.

Acum hai să luăm în considerare câteva elemente care te vor ajuta să determini în ce tip de afacere vrei să te bagi:

După cum știi, în această carte am scris despre 4 mari tipuri de afaceri. Fiecare dintre ele are câte ceva în comun.

I. Câștigă bani din reclame

Avantaje: nu îți trebuie cunoștințe de marketing ci doar bazele AdSense, nu trebuie să ai cunoștințe de programare ci doar să-ți instalezi Wordpress, ai șansa să îți vină mult mai mult trafic din Google datorită faptului că ai conținut

Dezavantaje: timp relativ mult de muncă datorită faptului că trebuie să ai cât mai mult conținut, necesită trafic mare pentru a câștiga peste 300 de dolari pe lună (în jur de 500-1000 de oameni pe zi, în funcție de nișă)

II. Câștigă bani din propriul produs

Avantaje: ai șansa de a câștiga foarte mulți bani pe vânzarea unui produs (în România cu 50-60 de ron, în străinătate cu 47-97 de dolari), poți crea o sursă de venit pasiv – să stai și să te uiți cum ți se vinde produsul fără să mai faci nimic altceva decât mici verificări de două ori pe săptămână, stabilirea unei relații cu clienții care ar mai putea cumpăra și altceva de la tine odată ce lansezi un alt produs, nu ai nevoie de mulți oameni pentru a câștiga 300 de dolari pe lună (undeva în jur de 300-500 pe zi dacă folosești un sales letter doar), poți să modifice și să adaugi produsului noutăți oricând vrei tu și chiar să-i mărești prețul

Dezavantaje: timp de lucru efectiv mare la crearea produsului, nu îți vin atât de mulți oameni de pe Google datorită faptului că nu ai conținut mult pe site, traficul este mai greu de adus deoarece nu ai conținut decât sales letterul, cel mai probabil va trebui să investești bani în Google AdWords

III. Câștigă bani din produsul altora

Avantaje: timp relativ mai puțin de muncă – tot ce trebuie să faci este să găsești afiliați și să pui un site sus în care le

promovezi produsul, posibilitatea creării unui newsletter pentru abonați și pentru a le vinde alte produse mai târziu, ai ocazia să-ți vină vizitatori din motoarele de căutare datorită conținutului pe care îl ai pe site

Dezavantaje: nu ai acces la produsul respectiv deci nu ești în măsură să-i crești prețul sau să i-l scazi, nu poți să spui dacă va mai exista și mâine sau nu, nu beneficiezi de întregul preț al produsului ci doar de un comision de x% (de obicei 50%), va trebui să scrii articole din când în când din domeniul respectiv pentru a aduce vizitatori,

IV. Câștigă bani din rețelele CPA

Avantaje: rata de conversie este de undeva de 10% în funcție de nișa pe care te-ai axat (ceea ce înseamnă că din 100 de oameni, 10 îți vor completa un survey – 10 dolari pe zi – 300 de dolari pe lună), îți vin vizitatori și din Google datorită conținutului, poți să ai newsletter subscribers

Dezavantaje: timp relativ mult de muncă datorită faptului că trebuie să ai cât mai mult conținut, siteul nu va fi prea popular dacă oferi doar CPA celor ce îl accesează – trebuie să lași și conținut gratuit

Acum că ai văzut care sunt avantajele și dezavantajele, am să te rog să mai citești odată cele patru capitole și să îți notezi personal alte lucruri găsite care ar putea fi în favoarea ta sau nu.

Iar pentru a alege un dintre aceste afaceri, pune-ți următoarele întrebări?

1. Cât timp am la dispoziție?
2. Cât trebuie să investesc în site? (bani)
3. Cât timp îmi ia să scriu conținutul?
4. Ce alte cunoștințe mai am nevoie pentru a face asta?
5. Câți bani îmi ies din această afacere?

Resurse gratuite

Ok, hai să vedem de ce ai nevoie pentru a economisi timp în căutări:

1. Teme de Wordpress pe cât se poate gratuite.

<http://wordpress.org/extend/themes> - foarte multe găsești aici, însă dacă e să îți dau un sfat, concentrează-te pe venit, nu pe design. Un design simplu și ușor de folosit va fi întodeauna mai preferat decât unul cu multe chestii fancy.

2. Tutoriale

www.webdesign.org - Un site care mie personal mereu mi-a plăcut. Are o grămadă de tutoriale și te învață o mulțime de lucruri.

3. Un blog de afaceri

www.stomperblog.com - StomperNet este o rețea de antreprenori cunocuți. Vei avea ce învăța de aici. Chiar când s-au lansat pe piață, au făcut în primele 24 de ore 18 milioane de dolari.

www.danpena.com – Tipul ăsta este idolul meu. Și eu nu am idoli 😊 A făcut sute de milioane de dolari și a pornit de la zero. Un adevărat model.

4. Un blog pentru SEO

www.tudi.ro - Dacă vrei să afli mai multe despre optimizarea pentru motoarele de căutare, pur și simplu intră pe blogul lui Tudi. Are o grămadă de articole folositoare.

www.tudormateescu.ro – De asemenea Tudor Mateescu este una dintre persoanele la care ai putea apela când vine vorba de SEO.

5. Un blog de suflet

www.PersonalitateAlfa.com - Cred că știi deja cine e persoana care a avut o mare contribuție la ceea ce am devenit în ziua de azi. Pera Novacovici. De aceea îți recomand blogul lui – Personalitate Alfa.

Softuri necesare

În drumul tău spre succesul online vei avea nevoie de o mână de softuri pentru a-ți ușura munca. Nu vreau să îți încarc memoria cu anumite lucruri de care oricum nu vei avea nevoie pe viitor. **Cheia succesului online este să fii focusat pe obiectivul principal și numai pe acela. Nu să lași alte lucruri să te distragă.** De aceea nu vei avea nevoie decât de:

1. Un Windows bun

Aici cred că toată lumea își dă seama despre ce vorbesc. Ai grijă să îți păstrezi datele (conținutul siteului, designul etc.) pe calculator în caz că ceva se strică și nu ai apucat să faci backup.

2. Mai multe tipuri de browsere

Firefox, Opera, Chrome, Internet Explorer 6, 7 și 8. De ce? Pentru că e important să vezi cum arată siteul tău pe fiecare dintre aceste browsere. Acum lăsând la o parte tehnicile pe care îl convingi pe om să-și bage mailul la tine în listă, dacă siteul nu îți arată cum trebuie vă decădea când vine vorba de profesionalism.

3. Un plugin pentru statisticile din Alexa.com - Firefox

De ce e așa de important să vezi statisticile din Alexa? Dacă nu știi, Alexa este un site care oferă informații despre nivelul de trafic pe siteuri. Un site pe locul 1 milion are în jur de 150 de vizite pe zi. Astfel îți vei putea studia mai bine concurența.

Plugin-ul îl găsești aici: <https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/5362>

4. FireFTP – Firefox

După cum ai observat folosesc Firefox ca și browser principal. Și sunt mândru de asta. FireFTP este un plugin foarte interesant care îți permite să adaugi fișiere pe web. Un lucru util atunci când vrei să economisești timp.

Pluginul îl găsești aici: <http://fireftp.mozdev.org/>

5. Un editor de imagini

Aici este de preferabil Photoshop. Dar, dacă nu ai banii necesari să dai pe el, atunci mai există și varianta GIMP, ceva asemănător cu Photoshop.

Cam astea sunt softurile pe care ți le recomand eu. Desigur, fiecare va avea totul personalizat.

Cuvânt final...

Felicitări! Ai ajuns la finalul cărții. Acum ești gata pentru a-ți câștiga independența financiară. Ai la dispoziție nu una, ci patru metode de a face bani pe internet.

În ceea ce privește sfatul de drum pe care doresc să ți-l ofer, o să te uimească un pic.

Acum, după mai bine de patru ani de activitate în marketingul online, pot să afirm cu tărie că nu e nevoie să știi DELOC programare pentru a face 500-1000 sau chiar 10 mii de dolari pe lună.

Am văzut o MULȚIME de oameni care fac enorm de mulți bani și habar nu au ce e aia o linie de cod. Și mai mult decât atât, au început de la zero.

Unii habar nu aveau ce e aia o adresă de email. Eu mi-am petrecut copilăria la țară și nici prin gând nu-mi trecea că o să ajung unde sunt acum. Când am dat prima dată de un calculator, nici nu știam să țin în mână mausul.

Și toate astea nu m-au împiedicat să-mi văd visul cu ochii. La fel vreau să ți se întâmple și tie. Crede în tine, crede că poți și vei reuși. Eu asta am făcut. Pentru că e al naibii de frumos să fii acolo sus și să descoperi ce minunată e lumea.

Pentru succesul tău,
Andrei Hasna

Cum poți să mă contactezi?

Dacă ai orice alte nelămuriri, doar trimite-mi un e-mail la adresa

contact@SecretulBanilor.com

sau pe pagina de contact a siteului meu

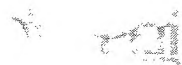
www.SecretulBanilor.com/contact

Îți voi răspunde în cel mai scurt timp posibil!

Și nu uita să te înscrii și pe forum

www.SecretulBanilor.com/forum

Pre-press, tipar digital și finisare
SC ADI CENTER SRL
Șos. Ștefan cel Mare, nr. 5
Tel. : 0232.217.754
www.adicenter.eu



Copyright © 2010
Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate autorilor



Un om înțelept a spus odată...

*"Cea mai bună cale de a prezice viitorul
este să ți-l crezi de unul singur"*

Și totul începe cu o carte...

Secretul Afacerilor Pe Internet te învață...

✓ *Care sunt cele mai profitabile 4 metode
prin care poți să faci bani pe internet!*

✓ *Cum să ai propriul site în mai puțin
de 30 de minute.*

✓ *Cum să atragi ca un magnet, vizitatori
pe siteul tău. Cu cât ai mai mulți
vizitatori cu atât mai mult vei câștiga.*

✓ *Cum poți folosi pasiunea ta pentru
a câștiga bani din ea, în timp ce te
distrezi zi de zi și faci numai ce îți place.*